

EVIDENCE

OTTAWA, Thursday, December 7, 2023

The Standing Senate Committee on Fisheries and Oceans met with videoconference this day at 9:09 a.m. [ET] to examine and report on Canada's seal populations and their effect on Canada's fisheries.

Senator Bev Busson (*Deputy Chair*) in the chair.

[*English*]

The Deputy Chair: Today, we will be sitting, and — as we are a little bit late in starting — we may add another 10 minutes or so to our day if we need to. My name is Bev Busson, senator from British Columbia, and I have the pleasure of chairing this meeting today.

We are conducting a meeting of the Standing Senate Committee on Fisheries and Oceans. Should any technical challenges arise, particularly in relation to interpretation, please signal this to the chair or clerk and we will work to resolve the issue.

Before we begin, I would like to take a few moments to allow the members of the committee to introduce themselves.

Senator Duncan: Good morning and welcome. I am Senator Pat Duncan from Yukon. Thank you for being here.

Senator Cordy: Good morning and welcome to you all. I'm Jane Cordy, a senator from Nova Scotia.

[*Translation*]

Senator Aucoin: Réjean Aucoin from Nova Scotia.

[*English*]

I am from Chéticamp. This is important for the seals.

Senator Ataullahjan: Salma Ataullahjan from Ontario.

Senator Ravalia: Good morning and welcome. Mohamed Ravalia from Newfoundland and Labrador.

Senator Kutcher: I'm Stan Kutcher, Nova Scotia.

The Deputy Chair: Thank you.

On October 4, 2022, the Standing Senate Committee on Fisheries and Oceans was authorized to examine and report on Canada's seal populations and their effect on Canada's fisheries.

TÉMOIGNAGES

OTTAWA, le jeudi 7 décembre 2023

Le Comité sénatorial permanent des pêches et des océans se réunit aujourd'hui, à 9 h 9 [HE], avec vidéoconférence, pour examiner pour en faire rapport les populations de phoques au Canada ainsi que leurs impacts sur les pêches au Canada.

La sénatrice Bev Busson (*vice-présidente*) occupe le fauteuil.

[*Traduction*]

La vice-présidente : Nous siégeons aujourd'hui et, puisque nous commençons avec un peu de retard, il est possible que nous ajoutions au besoin une dizaine de minutes à la séance. Je m'appelle Bev Busson, sénatrice de la Colombie-Britannique, et j'ai le plaisir de présider la réunion d'aujourd'hui.

Nous tenons une réunion du Comité sénatorial permanent des pêches et des océans. Si des difficultés techniques surviennent, notamment avec l'interprétation, veuillez le signaler à la présidence ou à la greffière, et nous nous efforcerons de résoudre le problème.

Avant de commencer, j'aimerais prendre quelques instants pour permettre aux membres du comité de se présenter.

La sénatrice Duncan : Bonjour et bienvenue. Je suis la sénatrice Pat Duncan, du Yukon. Je vous remercie de votre présence.

La sénatrice Cordy : Bonjour et bienvenue à tous. Je suis Jane Cordy, sénatrice de la Nouvelle-Écosse.

[*Français*]

Le sénateur Aucoin : Réjean Aucoin, de la Nouvelle-Écosse.

[*Traduction*]

Je viens de Chéticamp. C'est un lieu important pour les phoques.

La sénatrice Ataullahjan : Je suis Salma Ataullahjan, de l'Ontario.

Le sénateur Ravalia : Bonjour et bienvenue. Je m'appelle Mohamed Ravalia, et je viens de Terre-Neuve-et-Labrador.

Le sénateur Kutcher : Je suis Stan Kutcher, de la Nouvelle-Écosse.

La vice-présidente : Je vous remercie.

Le 4 octobre 2022, le Comité sénatorial permanent des pêches et des océans a été autorisé à examiner pour en faire rapport les populations de phoques au Canada ainsi que leurs impacts sur les pêches au Canada.

Today, under this mandate, the committee will be hearing from the following witnesses for our first panel: Dr. Ahmed Al-Rawi, Associate Professor, School of Communication, Simon Fraser University; Dr. Jaigris Hodson, Canada Research Chair in Digital Communication for the Public Interest and Associate Professor, Royal Roads University; and Marcus Kolga, Founder of DisinfoWatch and Senior Fellow at the Macdonald-Laurier Institute.

On behalf of the members of the committee, I want to thank you for being here today. I understand that each of our witnesses will be delivering some opening remarks. Following your presentations, members of the committee will be anxious to ask you some questions.

Mr. Kolga, you have the chair.

Marcus Kolga, Founder, Senior Fellow, Macdonald-Laurier Institute, DisinfoWatch: Thank you, Madam Chair and other members of the committee, for the honour of inviting me here to speak with you today.

I've been monitoring and analyzing Russian information and influence operations for the past 15 years. I will focus my remarks on the mechanics of information operations, the role that influencers play and how Russia exploits issues like the seal hunt to disparage Canada's environmental reputation and divide our society.

Advocacy campaigns, regardless of intent, aim to shape public opinion and impact government policies. These campaigns often rely on developing narratives that resonate broadly; sometimes they include factually inaccurate or, in the worst cases, intentionally misleading information, commonly known as disinformation.

One of the most effective ways to convey these narratives is through influencers: public figures, celebrities, academics and former elected officials. Their endorsement and support can dramatically increase the impact of any information campaign or operation.

In terms of the seal hunt, most activists who promote animal welfare are presumably motivated by the purpose of their cause. Their intention may not be to mislead or deceive. They may even believe that they're justified in using any image or video, regardless of context, so long as it supports their cause. In 2006, as we all know, former Beatle Paul McCartney appeared on an ice floe in the Gulf of St. Lawrence for a photo op with infant seal pups. After dismissing Inuit traditions, he accused traditional hunters of selling "the baby seal skins for fashions and fur." He posed next to whitecoat seals in photos taken during that trip, and the images and his accusations give the false impression that infant seals are being killed for their fur.

Aujourd'hui, dans le cadre de ce mandat, le comité entendra en premier lieu les témoins suivants : Ahmed Al-Rawi est professeur adjoint à la Faculté de communication de l'Université Simon Fraser; Jaigris Hodson est titulaire de la Chaire de recherche du Canada en communication numérique d'intérêt public et professeure adjointe à l'Université Royal Roads; et Marcus Kolga est fondateur de DisinfoWatch et chercheur principal à l'Institut Macdonald-Laurier.

Au nom des membres du comité, je tiens à vous remercier d'être présents aujourd'hui. Je crois comprendre que chacun de nos témoins prononcera une allocution d'ouverture. Après vos présentations, les membres du comité seront impatients de vous poser des questions.

Monsieur Kolga, vous avez la parole.

Marcus Kolga, fondateur, chercheur principal, Institut Macdonald-Laurier, DisinfoWatch : Je remercie la présidente et les autres membres du comité de m'avoir fait l'honneur de m'inviter à m'entretenir avec vous aujourd'hui.

Il y a 15 ans que je surveille et analyse les opérations d'information et d'influence russes. Je m'attarderai aux mécanismes des opérations d'information, au rôle que jouent les influenceurs et à la façon dont la Russie exploite des enjeux tels que la chasse aux phoques pour ternir la réputation du Canada en matière d'environnement et diviser notre société.

Les campagnes de sensibilisation, quelle que soit leur intention, visent à façonner l'opinion publique et à influencer les politiques gouvernementales. Ces campagnes s'appuient souvent sur l'élaboration de récits qui trouvent un large écho. Parfois, elles véhiculent des informations factuellement inexactes ou, dans le pire des cas, délibérément trompeuses, communément appelées « désinformation ».

L'un des moyens les plus efficaces de véhiculer ces histoires est de faire appel à des personnes influentes, comme des personnalités publiques, des célébrités, des universitaires et des anciens élus. Leur approbation et leur soutien peuvent accroître considérablement l'impact d'une campagne ou d'une opération d'information.

En ce qui concerne la chasse aux phoques, la plupart des militants qui font valoir le bien-être des animaux sont vraisemblablement motivés par l'objectif de leur cause. Leur intention n'est peut-être pas d'induire en erreur ou de tromper. Ils peuvent même penser qu'ils sont en droit d'utiliser n'importe quelle image ou vidéo, quel que soit le contexte, pour autant qu'elle soutienne leur cause. En 2006, comme nous le savons tous, l'ancien Beatle Paul McCartney est apparu sur une banquise dans le golfe du Saint-Laurent pour une séance de photos avec des bébés phoques. Après avoir rejeté les traditions inuites, il a accusé les chasseurs traditionnels de vendre « les peaux de bébés phoques pour la mode et la fourrure ». Il a pris

Whether intentional or not, these images and statements by influencers wield the power to manipulate public opinion, potentially imposing unintended consequences on the livelihoods of real people and on the environment.

My research has also shown that the Russian government has used state-controlled media to manipulate information about the seal hunt over the past years, with two primary objectives. The first is to denigrate Canada's international reputation — that is, to present Canada as a nation that condones and defends cruelty toward helpless animals and provoke doubts about Canada's commitment to environmental sustainability. For example, a March 2009 article on RT is titled “Will Olympics in Canada help stop baby seal hunting?” It uses pejorative terms like “annual seal slaughter” to mischaracterize the hunt.

Conversely, Russia has presented itself as a heroic protector of seals. A 2009 ban on hunting baby seals has been intentionally mischaracterized by Russian state media to falsely suggest an outright ban on seal hunting. This confusion has impacted influencers like Brigitte Bardot, who condemned Canada's “notorious clubbing to death of seals” to publicly thank and praise Vladimir Putin for protecting them. Meanwhile, Russia, which banned seal imports from Canada in 2011, continues its seal hunt today. The poaching of Russian baby seals also continues in Putin's corrupt Russia.

This is part of the Kremlin's second objective, which is to present Russia as a responsible global environmental leader and a protector of Indigenous populations. Nothing could be further from the truth. Last year, 2,500 seals washed up on the shores of the Caspian Sea. Experts cite environmental degradation and overfishing as the causes.

Environmental racism has long been a serious problem for Russian Indigenous tribes, whose lands remain colonized and exploited by corrupt Russian oligarchs.

In 2019, Evgenia Chirikova, a Russian environmental activist forced into exile due to her criticisms of the Putin regime's environmental record and mistreatment of Indigenous populations, wrote that Gazprom, the Russian state-controlled gas company, had expropriated lands belonging to the Indigenous peoples of Yamal. The extraction and processing of

des clichés à côté de blanchons lors de ce voyage, et les images associées à ses accusations donnent la fausse impression que les bébés phoques sont tués pour leur fourrure.

Qu'elles soient intentionnelles ou non, ces images et déclarations d'influenceurs ont le pouvoir de manipuler l'opinion publique, ce qui peut avoir des conséquences imprévues sur les moyens de subsistance de personnes réelles et sur l'environnement.

Mes recherches ont également montré que le gouvernement russe a utilisé les médias contrôlés par l'État pour manipuler l'information sur la chasse aux phoques au cours des dernières années, avec deux principaux objectifs à l'esprit. Le premier est de miner la réputation internationale du Canada, c'est-à-dire nous présenter comme une nation qui tolère et défend la cruauté envers des animaux sans défense, et susciter des doutes quant à l'engagement du Canada à l'égard de la durabilité environnementale. Par exemple, un article paru en mars 2009 sur RT s'intitule « Les Jeux olympiques au Canada contribueront-ils à mettre fin à la chasse aux bébés phoques? ». L'article utilise des termes péjoratifs tels que « massacre annuel de phoques » pour présenter cette chasse sous un faux jour.

À l'inverse, la Russie s'est présentée comme un protecteur héroïque des phoques. Les médias d'État russes ont intentionnellement dénaturé l'interdiction de la chasse aux bébés phoques de 2009 pour faire croire à tort que la chasse aux phoques était carrément interdite. Cette confusion a eu des répercussions sur des personnalités influentes comme Brigitte Bardot, qui a condamné le fait que les phoques soient « massacrés à coup de bâton » au Canada, et qui a publiquement remercié et félicité Vladimir Poutine de protéger les phoques. Pendant ce temps, la Russie, qui a interdit les importations de phoques en provenance du Canada en 2011, poursuit aujourd'hui sa chasse aux phoques. Le braconnage des bébés phoques russes se poursuit également dans la Russie corrompue de Poutine.

Cela s'inscrit dans le deuxième objectif du Kremlin, qui consiste à présenter la Russie comme un leader environnemental mondial responsable et un protecteur des populations autochtones. Rien n'est plus faux. L'année dernière, 2 500 phoques se sont échoués sur les côtes de la mer Caspienne. Les experts attribuent ces pertes à la dégradation de l'environnement et à la surpêche.

Le racisme environnemental est depuis longtemps un problème grave pour les tribus autochtones russes, dont les terres restent colonisées et exploitées par des oligarques russes corrompus.

En 2019, Evgenia Chirikova, une militante écologiste russe contrainte à l'exil pour avoir critiqué le bilan environnemental du régime Poutine et les mauvais traitements infligés aux populations autochtones, a écrit que Gazprom, la société gazière contrôlée par l'État russe, avait exproprié des terres appartenant aux peuples autochtones de Yamal. L'extraction et la

gas have left the Indigenous Nenets tribes without pastures for their reindeer herds.

Yet influencer and Canadian actress Pamela Anderson told RT in 2015 that Russia has had “. . . a positive and beneficial impact on the environment and the welfare of animals —” and that:

— Russia was very instrumental in helping to remove the demand for seal pelts from Canada, where so many seal pups are slaughtered each year . . .

Thank you again for inviting me to testify today. I look forward to your questions.

The Deputy Chair: Thank you very much. I will next ask Dr. Hodson for comments, please.

Jairis Hodson, Canada Research Chair in Digital Communication for the Public Interest, Associate Professor, Royal Roads University, as an individual: Thank you so much.

I am thankful for the opportunity to share my work with you today. I come to you from the unceded ancestral lands of the Lekwungen-speaking people, the Esquimalt and Songhees ancestors and families.

As part of my mandate as Canada Research Chair, I study the misinformation, disinformation, polarization and conspiracy theories that occur with increasing regularity on digital platforms like social media.

You've asked us all to come and speak about disinformation and how we can combat it with regard to the seal hunt. To understand that, we need to understand how disinformation is spread unintentionally and the reasons for its spread, because it is only in stopping the spread that we can stop disinformation. My esteemed colleague has called out information operations, which I'll touch on a bit.

To understand disinformation, we must first understand the related terms “misinformation” and “information operations.” Misinformation is any false or misleading information which is not necessarily deliberately spread. We all know maybe an uncle or someone in our social circle who shares misinformation and believes it to be true, or they will share information without checking. These people are not acting in bad faith, but they can still be spreading this false information about, for example, the seal hunt. We need to be aware of these people because they are an easier place to stop the spread of false or misleading information.

transformation du gaz ont privé les tribus autochtones des Nenets de pâturages pour leurs troupeaux de rennes.

Pourtant, l'influenceuse et actrice canadienne Pamela Anderson a déclaré à RT en 2015 que la Russie avait eu « un impact positif et bénéfique sur l'environnement et le bien-être des animaux », et que :

« La Russie a joué un rôle déterminant pour éliminer la demande de peaux de phoques au Canada, où tant de bébés phoques sont abattus chaque année [...]. »

Je vous remercie à nouveau de m'avoir invité à témoigner aujourd'hui. Je me réjouis de répondre à vos questions.

La vice-présidente : Merci beaucoup. Je vais maintenant demander à Mme Hodson de nous présenter son exposé. Allez-y, je vous prie.

Jairis Hodson, titulaire de la Chaire de recherche du Canada en communication numérique d'intérêt public, professeure adjointe, Université Royal Roads, à titre personnel : Je vous remercie infiniment.

Je suis reconnaissante de l'occasion qui m'est donnée de partager mon travail avec vous aujourd'hui. Je vous parle depuis les terres ancestrales non cédées du peuple de langue lekwingen, les ancêtres et les familles des nations Esquimalt et Songhees.

Dans le cadre de mon mandat à titre de titulaire de la Chaire de recherche du Canada, j'étudie les renseignements erronés, la désinformation, la polarisation et les théories du complot qui se produisent de plus en plus régulièrement sur les plateformes numériques comme les médias sociaux.

Vous nous avez tous demandé de venir parler de la désinformation et de la façon dont nous pouvons la contrecarrer à l'égard de la chasse au phoque. Pour ce faire, nous devons comprendre comment la désinformation se propage involontairement et pour quelles raisons, car ce n'est qu'en freinant sa propagation que nous pourrions mettre fin à la désinformation. Mon éminent collègue a parlé des opérations d'information, que j'évoquerai brièvement.

Pour comprendre la désinformation, il faut d'abord connaître les termes connexes, comme des « renseignements erronés » et des « opérations d'information ». Un renseignement erroné est une information fautive ou trompeuse qui n'est pas nécessairement diffusée de manière délibérée. Nous connaissons tous un oncle ou un membre de notre cercle social qui diffuse des renseignements erronés qu'il croit vrais, ou qui partage des informations sans les vérifier. Ces personnes ne sont pas de mauvaise foi, mais elles peuvent tout de même diffuser de fausses informations sur la chasse aux phoques, par exemple. Nous devons être conscients de ces personnes, car elles constituent un moyen facile d'arrêter la diffusion d'informations fausses ou trompeuses.

Disinformation refers to false or misleading information that is deliberately spread, as my colleague talked about, with the intent to sometimes destabilize people, achieve monetary gains or status, or for specific political ends. These information operations, like Russia's, is also sometimes referred to as propaganda. That is really a tool for geopolitical destabilization. Information operations build upon disinformation, but it is the misinformation — the non-deliberate spread — that really seems to make these things go viral. While a given piece of misinformation, like with the seal hunt as described by my colleague, may begin with malevolent actors outside the country, it might end up being spread by everybody — by people we know and trust.

To address disinformation, it is difficult or sometimes impossible to deal with somebody in another country and information operations. We don't have a lot of control over what Russia does. However, it is also difficult to deal with disinformation of other types, like from influencers, because they are making money and status by spreading it. This means that the best way to address disinformation is by influencing the people who are sharing it innocently without monetary status or geopolitical gain.

To do that, we have to look at the regular Canadians who are spreading it. We can't just shut down the platforms or people who are spreading it. One cannot and should not address misinformation through censorship. Canada is a free country, and Canadians place high value on ideas like freedom of speech, so attempting to address misinformation via censorship or shutting down digital platforms will backfire.

My team has done research involving the unmoderated social network Telegram. The activities going on through Telegram show that when people are de-platformed from mainstream sites like Twitter or Facebook, they regroup on other platforms where they are able to attract more like-minded members to their group, positioning themselves as freedom fighters who have been unfairly repressed by the establishment. We are currently studying, for example, the Children's Health Defence fund on Telegram, which is an anti-vaccine group founded by Robert F. Kennedy Jr., and have noticed that the group uses the fact that they were kicked off Twitter as a way to garner additional support. I would urge you all to not think about censorship or de-platforming as solutions because they tend to run contrary to Canadian values and are also likely to backfire. Censorship or de-platforming from one venue simply causes groups to go where they are unmoderated.

La désinformation fait référence à des informations fausses ou trompeuses qui sont délibérément diffusées, comme l'a dit mon collègue, parfois dans le but de déstabiliser des personnes, d'obtenir des gains monétaires ou un statut, ou d'atteindre des fins politiques précises. Ces opérations d'information, comme celles réalisées par la Russie, sont aussi parfois appelées de la propagande. Il s'agit en fait d'un outil de déstabilisation géopolitique. Les opérations d'information reposent sur la désinformation, mais ce sont les renseignements erronés dont la propagation n'est pas délibérée qui semblent vraiment avoir un effet viral. Alors qu'un renseignement erroné peut provenir d'acteurs malveillants à l'extérieur du pays, comme la situation de la chasse aux phoques que mon collègue a décrite, l'information peut finir par être diffusée de toute part — par des personnes que nous connaissons et en qui nous avons confiance.

Pour contrecarrer la désinformation, il est difficile, voire impossible de s'attaquer à une personne de l'étranger et à des opérations d'information. Nous n'avons pas beaucoup d'emprise sur ce que fait la Russie. Cependant, il est également difficile de s'attaquer à d'autres types de désinformation, comme celle qui provient d'influenceurs, étant donné qu'ils gagnent de l'argent et améliorent leur situation en la diffusant. Par conséquent, le meilleur moyen de lutter contre la désinformation est d'influencer les personnes qui la diffusent à leur insu, sans réaliser des gains monétaires ou géopolitiques.

Pour ce faire, nous devons nous intéresser aux simples citoyens qui la diffusent. Nous ne pouvons pas simplement bâillonner les plateformes ou les personnes qui en font la propagation. Personne ne peut et ne doit lutter contre les renseignements erronés par la censure. Le Canada est un pays libre, et les Canadiens accordent une grande importance à des idées telles que la liberté d'expression. Par conséquent, tenter de contrer le problème par la censure ou la fermeture de plateformes numériques aura l'effet inverse.

Mon équipe a mené des recherches sur le réseau social non modéré Telegram. Les activités sur la plateforme montrent que si des personnes sont exclues de sites grand public comme Twitter ou Facebook, elles se regroupent sur d'autres plateformes où elles peuvent attirer dans leur groupe plus de membres ayant les mêmes idées. Ces gens se positionnent comme des combattants de la liberté qui ont été injustement réprimés par les gens en vue. Par exemple, nous étudions actuellement le *Children's Health Defence Fund* sur Telegram, un groupe antivaccination fondé par Robert F. Kennedy Jr., et nous avons remarqué une chose. Le groupe utilise le fait qu'il a été expulsé de Twitter comme un moyen d'obtenir un soutien supplémentaire. Je vous invite tous à ne pas considérer la censure ou l'exclusion des plateformes comme des solutions, car elles vont à l'encontre des valeurs canadiennes et risquent de se retourner contre vous. Ces moyens ne font qu'inciter les groupes à se rendre là où ils ne seront pas modérés.

How do we stop disinformation? “Pre-bunking,” which is getting the correct information out to regular people before they hear the negative information, seems to work. So does debunking — that is, telling regular people the true information later on — but we need to reach the right people. The power of community is very important. We want to reach the people who are unknowingly spreading misinformation without knowing any better, and we want to get the information out to people in communities, to community leaders. To pre-bunk or debunk effectively, you must consider whom the messenger is, so maybe some of those influencers, but we’re not aiming for someone like Paul McCartney. We are aiming for the micro- or medium-sized influencers in our communities. We are aiming for trusted community members, Indigenous elders, community and faith leaders, even online influencers, and we want to partner with them to deliver the evidence-based messaging that people need to hear about the seal hunt. We want to provide these influencers with compelling messages that they can adapt for their communities, but also let them lead. You need to take a collaborative rather than a top-down prescriptive approach.

Another method that can sometimes be effective is telling the story of individuals and communities — telling the story of seal hunters, their families and Indigenous communities who benefit from the hunt. These kinds of approaches help to personalize and humanize evidence-based messaging.

Finally, I would urge you not to try to convince those people on the extreme ends of belief systems. We are not going for the people who already believe that any hunting is bad, because they, like the people spreading disinformation, are too invested in the ideas they are sharing. Instead, your goal should be to influence the silent majority in the centre, who can take the evidence back to their family, friends and community in order to help the people they know realize that they might be sharing misinformation without intending to.

Thank you. I look forward to your questions.

The Deputy Chair: Thank you, Dr. Hodson.

Ahmed Al-Rawi, Associate Professor, School of Communication, Simon Fraser University, as an individual: Thank you very much, honourable senators and committee members. I appreciate your invitation to address the committee.

I would like to begin by stating that I am not an expert in communications around fisheries or seals, as my area of expertise is related to media and communication studies with a

Comment arrêter la désinformation? La « démystification proactive », qui consiste à transmettre l’information juste aux gens avant qu’ils n’entendent les faussetés, semble fonctionner. Il en va de même du déboulonnage, où les vraies informations sont communiquées aux gens par la suite, mais nous devons alors trouver les bonnes personnes. Le pouvoir de la communauté est très important. Nous voulons atteindre les personnes qui diffusent des renseignements erronés sans le savoir, et transmettre l’information aux collectivités et à leurs dirigeants. Pour démystifier proactivement des faussetés ou les déboulonner efficacement, il faut connaître l’identité du messageur. Il peut s’agir d’influenceurs, mais pas nécessairement de la trempe de Paul McCartney. Nous ciblons les influenceurs de petite ou de moyenne taille au sein de nos communautés. Nous visons les membres de confiance de la communauté, les aînés autochtones, les leaders communautaires et religieux, et même les influenceurs en ligne. L’objectif est de nous associer à eux pour transmettre les messages fondés sur des données probantes que les gens ont besoin d’entendre au sujet de la chasse au phoque. Nous voulons fournir à ces influenceurs des messages convaincants qu’ils pourront adapter à leurs communautés, mais aussi les laisser prendre l’initiative. Il faut adopter une approche collaborative plutôt qu’imposer les idées d’en haut.

Une autre méthode parfois efficace consiste à raconter l’histoire des personnes et des communautés — l’histoire des chasseurs de phoques, de leurs familles et des communautés autochtones qui bénéficient de la chasse. Ce type d’approche permet de personnaliser et d’humaniser les messages fondés sur des données probantes.

Enfin, je vous invite à ne pas essayer de convaincre les personnes qui se situent aux extrémités des systèmes de croyances. Nous ne nous adressons pas à celles qui croient déjà que toute chasse est déplorable, parce qu’elles sont trop investies dans les idées qu’elles véhiculent, à l’instar des personnes qui diffusent la désinformation. Votre objectif devrait plutôt être d’influencer la majorité silencieuse du centre, des personnes qui peuvent ramener les preuves à leur famille, leurs amis et leur communauté afin de les aider à prendre conscience qu’elles peuvent diffuser des renseignements erronés sans le vouloir.

Je vous remercie de votre attention. J’attends vos questions avec impatience.

La vice-présidente : Merci, madame Hodson.

Ahmed Al-Rawi, professeur adjoint, Faculté de communication, Université Simon Fraser, à titre personnel : Merci beaucoup, honorables sénateurs et membres du comité. Je vous remercie de m’avoir invité à m’adresser au comité.

J’aimerais d’abord préciser que je ne suis pas un expert en communication sur la pêche ou les phoques. Mon domaine d’expertise est plutôt les études sur les médias et la

focus on disinformation. My testimony today is related to disinformation in general and how to combat it.

I have done some preliminary research on the topic of seal hunting, and my observations are based only on anecdotal evidence and some qualitative assessment of what I have noticed online. Thorough future research is needed, such as conducting a systematic digital and content analysis of disinformation about this issue to better identify these unfounded claims, their sources and possible impacts.

Misleading claims about the seal harvest mostly fall within a few thematic areas, especially around the sustainability of the seal hunt and animal welfare standards. There are claims, for example, about it being uniquely cruel since it allegedly follows inhumane practices. There are also misleading and unfounded accounts that refer to the alleged lack of regulation around hunting baby seals and that seal numbers are dramatically dwindling in Canada.

Before I discuss how to combat disinformation, it is important to mention where this disinformation spreads. My first observation is that one can find misleading accounts on the search engine Google itself. For example, if you search for the phrase “Is it illegal to hunt baby seals in Canada?” the first highlighted results will show animal rights groups rather than the website of the Department of Fisheries and Oceans Canada, or DFO. Some of these accounts do not align with Canadian seal hunting regulations and contain some unfounded claims.

Similar claims can be found in Facebook ads, where audiences can be micro-targeted based on their age, gender and geographic location. For example, one animal rights group purchased 41 ads targeting Canada and containing petitions and some unfounded claims. These cost over US\$10,000 and created more than 1.2 million ad impressions, which is how many people watched the ads.

As for social media posts, there are many viral hashtags, which are especially popular on Instagram, like #savetheseals and #savebabyseals. Any story referencing seals contains what we call a “human interest element,” especially if the seals are still babies. There are often graphic images about seals that are more clickable than other posts containing facts about them. For example, one video was viewed over 9 million times on Instagram alone, and some of these posts that some animal rights groups disseminate are shared by celebrities who have huge followers, mostly targeting Canada.

communication, avec un accent particulier sur la désinformation. Mon témoignage d’aujourd’hui porte donc sur la désinformation en général et sur les façons de la combattre.

J’ai effectué quelques recherches préliminaires sur le thème de la chasse aux phoques. Mes observations ne reposent que sur des preuves anecdotiques et une évaluation qualitative de ce que j’ai remarqué en ligne. Des recherches approfondies seront nécessaires à l’avenir. Il faudra par exemple réaliser une analyse systématique de la désinformation numérique et du contenu sur cet enjeu afin de mieux repérer ces affirmations sans fondement, leurs sources et leurs impacts possibles.

Les allégations mensongères concernant la chasse aux phoques se situent principalement dans quelques domaines thématiques, en particulier la durabilité de la chasse aux phoques et les normes de bien-être des animaux. Certains affirment par exemple que la chasse au phoque est particulièrement cruelle, car elle serait pratiquée de manière inhumaine. D’autres témoignages trompeurs et sans fondement font référence à l’absence supposée de réglementation concernant la chasse aux bébés phoques, et prétendent que le nombre de phoques diminue de façon spectaculaire au Canada.

Avant d’aborder la façon de lutter contre la désinformation, il est important d’évoquer ses lieux de diffusion. Premièrement, on peut trouver des témoignages erronés sur le moteur de recherche Google. Par exemple, si vous cherchez la phrase « Est-il illégal de chasser les bébés phoques au Canada? », les premiers résultats montreront des groupes de défense des droits des animaux plutôt que le site Web du ministère des Pêches et des Océans du Canada, ou MPO. Certains de ces textes ne sont pas conformes à la réglementation canadienne sur la chasse aux phoques et contiennent des affirmations sans fondement.

Des allégations similaires peuvent se trouver dans la publicité sur Facebook, où l’auditoire peut être ciblé précisément en fonction de l’âge, du sexe et de l’emplacement géographique. Par exemple, un groupe de défense des droits des animaux a acheté 41 publicités ciblant le Canada qui contiennent des pétitions et des affirmations non fondées. Ces publicités ont coûté plus de 10 000 \$ américains et ont généré plus de 1,2 million d’impressions publicitaires, qui désignent le nombre de personnes qui ont regardé les publicités.

En ce qui concerne les publications sur les médias sociaux, il existe de nombreux mots-clés viraux particulièrement populaires sur Instagram, comme #savetheseals et #savebabyseals. Toute publication faisant référence aux phoques contient ce que nous appelons un « élément humain », en particulier si les phoques sont encore des bébés. Il y a souvent des images explicites sur les phoques qui génèrent plus de clics que d’autres publications présentant des faits sur eux. Par exemple, une vidéo a été visionnée plus de 9 millions de fois sur Instagram uniquement, et certaines des publications diffusées par

In terms of solutions, I think that DFO itself can be more active on this issue on social media, and its official website can have more updated facts and information about it. I also strongly suggest creating a fact-checking initiative at DFO, mostly consisting of scientists who are able to debunk misinformation with facts and scientific evidence. These efforts need to be shared with the public via various online platforms.

In countering unfounded claims, it is also necessary from the beginning to acknowledge if there are any truths in them and then prepare evidence-based factual content. It is also useful to address the emotional aspects of the issue and recognize the psychological reasons behind the support and spread of misinformation. More importantly, it is very useful to communicate uncertainties, especially in relation to ongoing and unfolding developments about the seal harvest and hunting. Also, offering visual and textual comparisons with other animals consumed by humans is extremely useful.

Second, there is a need to conduct pre-bunking or inoculation initiatives via education. I agree with my colleague Ms. Hodson on this. This proactive strategy involves providing prior warning for people that they might be misled and refuting potential misinformation in advance, thereby making individuals resistant to future misinformation.

Third, the message needs to be clear, simple and based on evidence by, for example, avoiding jargon to ensure clarity. It is also important to be concise and not overwhelm people with a lot of technical information. To establish legitimacy, it is imperative to highlight the scientific consensus on this issue by referencing credible research.

To sum up, there need to be proactive measures, more active personal and public engagement and tailored communication strategies. Combatting disinformation about the seal harvest and seal hunting needs to be treated as a collective effort, for there are many sides that can be involved, like various government departments, NGOs, Indigenous communities, schools and tech companies.

Thank you very much for your time.

The Deputy Chair: Thank you very much, indeed.

Senator Petten: Thank you very much for the very interesting presentations. It has been very difficult to sit on the committee and listen to the impact that the seals have had on the cultural

des groupes de défense des droits des animaux sont partagées par des célébrités qui ont énormément d'abonnés, et elles ciblent principalement le Canada.

Pour ce qui est des solutions, je pense que le MPO peut lui-même jouer un rôle plus actif sur cet enjeu dans les médias sociaux, et que son site Web officiel peut présenter des faits et des informations plus récents à ce sujet. Je suggère aussi fortement de créer une initiative visant à vérifier les faits au sein du MPO, qui regrouperait principalement des scientifiques capables de déboulonner les renseignements erronés à l'aide de faits et de preuves scientifiques. Ces efforts doivent être communiqués au public via diverses plateformes en ligne.

Pour contredire les affirmations infondées, il faut également reconnaître d'emblée si elles contiennent des faits véridiques, puis préparer un contenu factuel fondé sur des preuves. Il est également utile d'aborder les aspects émotionnels de la question et de reconnaître les raisons psychologiques qui expliquent le soutien et la diffusion de la désinformation. Plus important encore, il convient de communiquer les incertitudes, surtout entourant les développements en cours et à venir sur la chasse aux phoques. Il est également fort utile de proposer des comparaisons visuelles et textuelles avec d'autres animaux consommés par l'homme.

Deuxièmement, il faut mener des initiatives de démystification proactive ou d'inoculation au moyen d'éducation. Je suis d'accord sur ce point avec ma collègue, Mme Hodson. Cette stratégie proactive consiste à avertir les gens qu'ils pourraient être induits en erreur et à réfuter les éventuels renseignements erronés à l'avance, de sorte que les personnes croient moins les faussetés à l'avenir.

Troisièmement, le message doit être clair, simple et fondé sur des preuves, par exemple en évitant le jargon pour assurer la clarté. Il est aussi important d'être concis et de ne pas submerger les gens avec maintes informations techniques. Pour établir la légitimité, il est primordial de mettre en évidence le consensus scientifique sur cette question en faisant référence à des recherches crédibles.

En résumé, il faut des mesures proactives, un engagement personnel et public plus actif et des stratégies de communication adaptées. La lutte contre la désinformation sur la chasse au phoque doit être considérée comme un effort collectif, étant donné les nombreuses parties possiblement concernées : divers ministères, ONG, collectivités autochtones, écoles, entreprises de technologie.

Je vous remercie beaucoup de votre temps.

La vice-présidente : Merci beaucoup.

La sénatrice Petten : Je vous remercie beaucoup de ces présentations fort intéressantes. Il a été très difficile d'entendre parler, au comité, des répercussions des phoques sur les éléments

pieces of the seals and fishing. I'm sure my other colleagues will be asking questions around some of these things, but how much money will it cost to look at putting together some of this information, or how do we try to look at even the government, or DFO, to say that this is an important issue? How do they change their practices?

Just a couple of weeks ago, in St. John's, Newfoundland and Labrador, there was a meeting with the European Union looking at different products, and there was a protest of the seal hunt at the time. The issue that they were protesting was not even on the agenda about selling the products. I'm just wondering, how do we even get that attention?

I'm sure that it is happening in other places, for example, with Global Affairs Canada right now with respect to the Ukraine war.

How do we try to get moving, even, on getting this attention, even with our own government?

Mr. Kolga: Thank you so much for that question.

I would say that with the issue of the seal hunt right now, the perspectives from environmentalists, who are advancing negative information about it, have become quite entrenched. At this point, it's going to be very difficult to try to change those perceptions, both within Canada and outside of it.

I think my colleagues have outlined some fundamental ways that we can start doing that, and that's education and such, but you asked how much this might cost.

I'm going to bring up an anecdote. Last night, I was doing more research on the seal hunt and came across a film by the name of *Huntwatch*. You might be familiar with it. It was produced in 2015 for the Discovery Channel, and its narrator is our beloved Canadian Ryan Reynolds, who is one of Hollywood's top actors.

I started watching the trailer for this film. Clearly, somebody put millions of dollars into producing this documentary. This is one documentary that costs millions of dollars.

The images that came across the screen were horrifying. It was like a horror movie. It was one adorable white seal pup after another covered in blood, and these blurry images of Inuit hunters stalking these animals and going after journalists and activists who were on these ice floes. Again, this was millions of dollars that was put into this production.

The unfortunate outcome of that is to reinforce those negative perceptions that suggest this is a barbaric practice. Worst of all — and this is something that I haven't come across in my research before appearing here today — is the harm that this

culturels liés aux phoques et à la pêche. Je suis certaine que mes collègues poseront des questions sur certains de ces aspects, mais combien d'argent faudra-t-il dépenser pour regrouper ces informations, ou que pouvons-nous faire pour que le gouvernement ou le MPO reconnaissent l'importance de cette question? Comment peuvent-ils changer leurs pratiques?

Il y a quelques semaines, à St. John's, à Terre-Neuve-et-Labrador, une manifestation contre la chasse au phoque a eu lieu en marge d'un sommet Canada-Union européenne où divers produits faisaient l'objet de discussions, mais la vente de produits dérivés du phoque n'était même pas à l'ordre du jour. Je me demande simplement comment nous pouvons même attirer l'attention sur cette question.

Je suis certaine que le même genre de chose se produit ailleurs en ce moment, par exemple avec Affaires mondiales Canada, par rapport à la guerre en Ukraine.

Comment pouvons-nous commencer à attirer l'attention à cet égard, même au sein de notre propre gouvernement?

M. Kolga : Je vous remercie beaucoup de la question.

Concernant la chasse aux phoques, je dirais que le point de vue des environnementalistes, qui diffusent des informations négatives à ce sujet, est maintenant bien ancré. À ce stade, il sera très difficile d'essayer de changer ces perceptions, tant au Canada qu'à l'étranger.

Je pense que mes collègues ont souligné diverses façons fondamentales de commencer à le faire, notamment l'éducation, mais votre question portait sur les coûts que cela représente.

Je vais vous raconter une anecdote. Hier soir, en faisant d'autres recherches sur la chasse aux phoques, je suis tombée sur un film intitulé *Huntwatch*, que vous connaissez peut-être. Le film, produit en 2015 pour Discovery Channel, a pour narrateur notre cher Canadien, Ryan Reynolds, l'un des meilleurs acteurs d'Hollywood.

J'ai commencé à regarder la bande-annonce de ce film. Il est évident que quelqu'un a investi des millions de dollars dans la production de ce documentaire. C'est le genre de documentaire qui coûte des millions de dollars.

Les images qui apparaissaient à l'écran étaient à glacer le sang. C'était comme un film d'horreur. On voyait, les uns après les autres, d'adorables blanchons couverts de sang et des images floues de chasseurs inuits qui traquaient ces animaux et qui s'en prenaient aux journalistes et aux militants qui étaient sur la banquise. Je répète que des millions de dollars ont été investis dans cette production.

Le résultat malencontreux, c'est que cela renforce les perceptions négatives selon lesquelles il s'agit d'une pratique barbare. Le pire — et je n'ai pas examiné cet aspect dans mes recherches en vue de ma comparution ici aujourd'hui —, c'est le

creates toward the Inuit community and the perceptions of the Inuit community; they are portrayed as barbaric hunters stalking these animals. It is essentially an incitement to hate this community. This is one aspect that we haven't looked at.

I think one of the solutions to addressing this issue is to highlight to Canadians those harms that are being created, whether it's the incitement of hate toward this community or the environmental impacts and the fact that fish stocks are as low as they are, and raising the alarm about them. This is something that we're not doing at this point.

That's one way that we can begin addressing this problem.

Senator Ravalia: Thank you to all of our witnesses for that very enlightening dialogue.

My question is for Ms. Hodson. You have alluded to methods of countering information and disinformation. I'm wondering, from our perspective, are certain media best suited to this initiative? Do you think we could use influencers and other better-known personalities to counter some of this information, recognizing that it's very well embedded?

Ms. Hodson: That's a great question. Thank you so much, senator.

I think you have to take an approach that is specific to different media forms, and by that I mean that there are some influencers on Instagram, for example, who would be very good choices, maybe, to spread the message on that platform; however, those same people won't work on the X — formerly Twitter — platform or on Facebook or TikTok. The idea is to find community leaders wherever you go.

Community leaders can even be people physically in the community. I mentioned faith leaders, for example, or people who work in universities or other areas of the community.

I think the idea would be to search out those people who have that micro to medium influence in Canada on different platforms and also seed the message to people who work in schools and churches, et cetera, who are pillars of their communities in place as well.

It is by taking a really broad-spectrum approach that you'll be able to reach people, because if we just, as the government, go forward with a message, there are so many Canadians that don't trust the messaging from governments. If you go forward with a message, even from some journalists — I think you have probably heard in your circles that Donald Trump, for example, talked about "the lying media," and there are people in Canada who think that "the lying media" is a thing.

préjudice que cela cause à la communauté inuite, notamment les perceptions à son égard, puisque les Inuits sont dépeints comme des chasseurs barbares qui s'acharment sur ces animaux. Essentiellement, il s'agit d'une incitation à la haine envers cette communauté. C'est un aspect que nous n'avons pas examiné.

Une des solutions pour régler ce problème, à mon avis, est de faire connaître aux Canadiens les préjudices qui sont créés — par exemple l'incitation à la haine envers cette communauté, les répercussions environnementales, le fait que les stocks de poissons sont à des niveaux aussi faibles — et de tirer la sonnette d'alarme à cet égard. Ce sont des choses que nous ne faisons pas actuellement.

Voilà une façon de commencer à s'attaquer à ce problème.

Le sénateur Ravalia : Je remercie tous nos témoins de cette discussion très instructive.

Ma question s'adresse à Mme Hodson. Vous avez fait allusion aux façons de contrer l'information et de la désinformation. Je me demande si, de notre point de vue, certains médias sont les mieux adaptés à cette initiative. Selon vous, pourrions-nous faire appel à des influenceurs et à d'autres personnalités connues pour contrer certains renseignements qui circulent tout en reconnaissant que ces idées sont bien assimilées?

Mme Hodson : C'est une excellente question. Merci beaucoup, sénateur.

Je pense qu'il faut adopter une approche propre à chaque média. Ce que je veux dire, c'est qu'on peut avoir des influenceurs sur Instagram, par exemple, qui seraient d'excellents choix, peut-être, pour diffuser le message sur cette plateforme, mais qui ne conviendraient pas sur X — anciennement Twitter —, Facebook ou TikTok. L'idée est de faire appel aux dirigeants communautaires partout où l'on va.

Je pense à des gens qui sont présents dans la communauté. J'ai mentionné les dirigeants religieux, par exemple, ou des gens du domaine universitaire ou d'autres secteurs de la communauté.

Je pense que l'idée est de chercher des gens qui ont une influence à petite ou moyenne échelle sur différentes plateformes au Canada, puis de faire circuler le message parmi les gens qui œuvrent dans les écoles et les églises, notamment, et qui sont également des piliers de leur communauté.

Il faut une approche élargie pour atteindre les gens. Cela ne fonctionnera pas avec de simples messages émanant du gouvernement, parce que beaucoup de Canadiens ne font pas confiance aux messages gouvernementaux. Si vous décidez de diffuser un message, même par l'intermédiaire de journalistes... Dans vos cercles, vous avez probablement entendu Donald Trump, par exemple, parler de « médias menteurs ». Il y a des gens au Canada qui pensent que les médias menteurs, c'est une réalité.

If we go to community influencers, and we use digital tools to identify them on platforms and also work with communities, I think we will get much further in the pre-bunking and debunking that we have talked about today.

Senator Ravalia: Thank you.

The Deputy Chair: Would any other witnesses like to jump in on this question?

Mr. Kolga?

Mr. Kolga: I completely agree with Dr. Hodson. I would only add that when we're talking about influencers, we might look at chefs, for example. We have popularized the consumption of elk, caribou and various other wild animals in Canada. Why can't we do the same with seals? This is not an overnight solution, but I think if we can identify those influential chefs and such in our cities and ask them to introduce seal meat onto their menus, this is one way that we can directly address this problem and normalize the fact that it's a perfectly normal practice to hunt seals for these communities.

Senator Ravalia: My follow-up question is to you, Mr. Kolga. Where in the priority levels of the federal government do you think misinformation and disinformation stands? The reason I ask this question is, as Senator Petten alluded to, there were very high-level Canada-European Union meetings in St. John's, the hub of the seal industry for Newfoundland and Labrador, and one got the sense that this question of sealing and exports, et cetera, was very much a small tail-end issue. The majority of the agenda was based primarily on hydrogen and new energy warehouses and so on.

To what extent do we have to work to, perhaps, make the federal government aware of how critical this issue is? We've struggled with DFO historically.

Mr. Kolga: That's an excellent and difficult question to answer. I think that the federal government has, certainly, over the past two years — but also looking back to 2016 and the U.S. elections — started taking the threat of misinformation and disinformation quite seriously.

I think that we focus primarily on external threats, which is very good; it's a good start. But I don't think that we have ever really focused in on how those sorts of narratives affect our Indigenous communities, communities that are more remote and rural communities.

I'll be completely honest with you — when I received the invitation to appear here today, I thought it was coming a bit out of left field. Also, I had not thought about how misinformation

Je pense que nous ferions plus de progrès pour démystifier et déboulooner les informations qui circulent, dont nous avons parlé aujourd'hui, en faisant appel aux influenceurs de la communauté et en utilisant des outils numériques pour les trouver sur ces plateformes et travailler avec les communautés.

Le sénateur Ravalia : Merci.

La vice-présidente : D'autres témoins souhaitent-ils faire un commentaire sur cette question?

Monsieur Kolga, avez-vous un commentaire?

M. Kolga : Je suis tout à fait d'accord avec Mme Hodson. J'ajouterais simplement, par rapport aux influenceurs, qu'on peut penser aux chefs cuisiniers, par exemple. Nous avons popularisé la consommation de wapiti, de caribou et de diverses autres espèces sauvages au Canada. Pourquoi ne pourrait-on pas faire de même pour le phoque? Ce n'est pas une solution instantanée, mais je pense que si nous pouvions trouver ces chefs influents dans nos villes et leur demander d'introduire la viande de phoque sur leur menu, ce serait une façon de s'attaquer directement au problème et de normaliser le fait que la chasse au phoque est une pratique tout à fait normale pour ces communautés.

Le sénateur Ravalia : Ma question complémentaire s'adresse à vous, monsieur Kolga. Selon vous, quelle priorité le gouvernement fédéral accorde-t-il à la désinformation et la désinformation? Si je pose la question, c'est qu'il y a eu, comme la sénatrice Petten l'a indiqué, des rencontres de très haut niveau entre le Canada et l'Union européenne à St. John's, la plaque tournante de l'industrie du phoque à Terre-Neuve-et-Labrador. On a eu l'impression que la question de la chasse au phoque et des exportations, notamment, était une question négligeable. L'ordre du jour portait principalement sur l'hydrogène, le stockage de nouvelles énergies, etc.

Quels efforts sont nécessaires, peut-être, pour que le gouvernement fédéral prenne conscience de l'importance de cette question? Dans le passé, nous avons toujours eu des difficultés avec le MPO.

M. Kolga : C'est une excellente question à laquelle il est difficile de répondre. Je pense que le gouvernement fédéral a commencé à prendre la menace de la désinformation et de la désinformation très au sérieux ces deux dernières années, sans doute, mais aussi depuis les élections américaines de 2016.

Je pense que nous nous concentrons principalement sur les menaces externes, ce qui est très bien. C'est un bon début. Toutefois, je pense que nous ne nous sommes jamais vraiment concentrés sur l'incidence de ce genre de discours sur les collectivités autochtones, les collectivités éloignées et rurales.

Pour être tout à fait honnête avec vous, lorsque j'ai reçu l'invitation à comparaître aujourd'hui, j'ai pensé que cela venait un peu de nulle part. En outre, je n'avais pas réfléchi à

and disinformation affect the seal hunt. Unfortunately, I think this specific issue is probably quite low on the priority scale of the federal government, but, clearly, I think it provides a very important example of how our communities in Canada are being threatened by disinformation.

My research over the past week has demonstrated that it should be a much higher priority for the federal government, with regard to both domestic and foreign disinformation. One suggestion I would have, given the meeting that happened in St. John's, is for Global Affairs and this ministry to look for partnerships in Europe. I would argue that there are other Indigenous organizations within Europe; the Finno-Ugric Indigenous community — a community I'm part of — has a very strong organization within Europe and a very loud voice within the European Union, consisting of the minority communities in the European Arctic and the Nordic countries, and Finland as well. We should work with them. I think they would understand the issues of the Inuit community and may act as an influencer and voice within the European Union to help advocate for them and advance them.

Senator Ravalia: Thank you so much.

The Deputy Chair: Do you have a comment, Dr. Al-Rawi?

Mr. Al-Rawi: I don't, because I think the issue has been covered by my colleagues in detail. Thank you very much.

The Deputy Chair: Thank you.

Senator Ataullahjan: Senator Ravalia kind of asked my question. I wanted to know about the role of the federal government. The sealing industry doesn't have — as we said — millions of dollars to spend. Through the study, I have learned how most sealers are struggling.

Why doesn't the federal government support them — as well as influencers? As someone who is on Instagram but didn't venture onto TikTok, I can see the influence there because of the number of things that are forwarded. Why hasn't the industry found a champion? Has there ever been an effort to find a champion?

Mr. Kolga: I can't answer that question. I don't know what efforts have gone into finding those influencers and champions.

I'm going to quote you, senator, from a previous session when you said that "... lambs are ... very cute, yet we continue to eat them." This goes back to my comment about finding those influencers — chefs and such — who will normalize the consumption of seals. I don't know if any efforts have gone into finding those sorts of influencers who will try to convey that

l'incidence de la désinformation et de la mésinformation sur la chasse au phoque. Malheureusement, je pense que cette question précise n'est probablement pas une grande priorité pour le gouvernement fédéral, mais de toute évidence, c'est un exemple très probant de la menace que représente la désinformation pour les communautés canadiennes.

Les recherches que j'ai effectuées dans la dernière semaine indiquent que les campagnes de désinformation intérieures et étrangères devraient être beaucoup plus prioritaires pour le gouvernement fédéral. Dans le contexte de la rencontre de John's, je suggérerais au ministère des Affaires mondiales et à ce ministère de chercher des partenariats en Europe. Je dirais qu'il existe d'autres organismes autochtones en Europe. La communauté autochtone finno-ougrienne — dont je fais partie — a une organisation très forte et une voix très forte au sein de l'Union européenne, qui comprend les communautés minoritaires de l'Arctique européen et des pays nordiques, ainsi que la Finlande. Nous devrions travailler avec eux. Je pense que ces groupes auraient une compréhension des enjeux qui touchent la communauté inuite et pourraient jouer un rôle influent et porteur au sein de l'Union européenne pour aider à défendre et promouvoir leurs intérêts.

Le sénateur Ravalia : Merci beaucoup.

La vice-présidente : Avez-vous un commentaire, monsieur Al-Rawi?

M. Al-Rawi : Non, car je pense que mes collègues ont déjà répondu de manière détaillée. Merci beaucoup.

La vice-présidente : Merci.

La sénatrice Ataullahjan : Le sénateur Ravalia a posé ma question, qui portait sur le rôle du gouvernement fédéral. L'industrie de la chasse au phoque n'a pas — comme nous l'avons dit — des millions de dollars à dépenser. Cette étude m'a appris que la plupart des chasseurs de phoque sont en difficulté.

Pourquoi le gouvernement fédéral n'appuie-t-il pas les chasseurs — et les influenceurs? Comme je suis sur Instagram — sans pour autant m'être aventurée sur TikTok —, je constate l'influence que cela peut avoir, simplement en raison du nombre de partages. Pourquoi le secteur n'a-t-il pas trouvé un champion? Y a-t-il déjà eu des efforts en ce sens?

M. Kolga : Je ne peux pas répondre à cette question. J'ignore quels efforts ont été faits pour trouver ces influenceurs et ces champions.

Sénatrice, permettez-moi de citer vos propos, lors d'une séance précédente : « les agneaux sont aussi très mignons, mais nous continuons quand même de les manger. » Cela me ramène à mon commentaire sur la nécessité de trouver des gens influents, notamment des chefs, qui normaliseront la consommation de viande de phoque. J'ignore si l'on a cherché à trouver de tels

message. But Canadians need to realize that eating seal is as normal as eating a lamb chop or a veal sandwich. That's where we need to get this narrative to. That should be the outcome.

How we achieve that is through a strategy, as Dr. Hodson mentioned earlier; it's education. We should be talking to all of our provinces and injecting this information about the seal hunt and the culture in these Indigenous communities and the Inuit community into our education curriculum.

My sons, who just entered university over the past two years, know nothing about this culture — nothing. They are not taught about it. This is where it really starts: in our schools, so that future generations aren't fooled by this sort of misinformation and disinformation.

The Deputy Chair: Thank you very much. Dr. Hodson, I see you have something you would like to add.

Ms. Hodson: Yes, I think we do, to a certain extent, have influencers already out there. So for example, I follow Tanya Tagaq on Twitter. She is an outspoken supporter of Indigenous seal hunting. Tanya Tagaq is also an Indigenous celebrity. If we can find more people like her and help promote them, I think they would work with you on this issue.

I have learned a tremendous amount about the Indigenous seal hunt by following Tanya, so there are already celebrities, and we can absolutely build on that; I love the idea of involving chefs, for example. But also, finding the people that are already out there with the messaging you want and who have a higher profile is a good place to start.

The Deputy Chair: Thank you. Dr. Al-Rawi?

Mr. Al-Rawi: Thank you, senator. The basic idea we are dealing with here is that misinformation clearly harms Canada's economy, and also that this kind of misinformation harms Indigenous communities.

Personally speaking, I don't think the Canadian government needs to spend millions of dollars to combat this kind of misinformation. I think the solution to it is more straightforward: using facts and scientific consensus about what is happening and reporting all the available uncertainties about the seal hunt and harvest.

We don't know everything about it, and that has to be communicated clearly to the public.

We need to recognize the emotional aspect of this issue. Some people are very much attached to the seal. It looks cute, honestly; it looks nice, right? This is especially true of baby seals. We

influenceurs pour véhiculer ce message. Cependant, les Canadiens doivent comprendre qu'il est tout aussi normal de manger du phoque que de manger une côtelette d'agneau ou un sandwich au veau. Voilà l'objectif, le résultat souhaitable.

La réussite, comme M. Hodson l'a mentionné plus tôt, passe par une stratégie, par l'éducation. Il faudrait avoir des discussions avec les provinces et intégrer des renseignements sur la chasse au phoque et sur la culture des communautés autochtones et inuites dans notre programme scolaire.

Mes fils, qui ont commencé l'université au cours des deux dernières années, ne savent rien de cette culture — rien. On ne leur enseigne rien à ce sujet. Voilà où cela commence, essentiellement. Cela commence dans nos écoles, afin que les générations futures ne soient pas bernées par ce genre de désinformation et de mésinformation.

La vice-présidente : Merci beaucoup. Madame Hodson, je vois que vous souhaitez ajouter quelque chose.

Mme Hodson : En effet. Je pense que nous avons déjà des influenceurs, dans une certaine mesure. Par exemple, je suis abonnée à Tanya Tagaq, sur Twitter. Elle appuie ouvertement la chasse au phoque par les Autochtones. Tanya Tagaq est également une célébrité autochtone. Si nous pouvions trouver d'autres personnes comme elle et les aider à se faire connaître, je pense qu'elles travailleraient avec vous sur cette question.

J'ai appris énormément de choses sur la chasse au phoque autochtone en suivant Tanya. Donc, il y a déjà des célébrités, et nous pouvons certainement nous appuyer là-dessus. J'aime l'idée de faire appel aux chefs cuisiniers, par exemple. Cela dit, trouver des gens qui véhiculent déjà le message que vous voulez transmettre et qui ont une plus grande notoriété est un bon point de départ.

La vice-présidente : Merci. Monsieur Al-Rawi, avez-vous un commentaire?

M. Al-Rawi : Merci, sénatrice. L'enjeu fondamental dont nous discutons, c'est que la désinformation nuit manifestement à l'économie canadienne, mais aussi aux collectivités autochtones.

Personnellement, je ne pense pas que le gouvernement canadien doit dépenser des millions de dollars pour contrer ce genre de désinformation. Je pense que la solution est plus simple : utiliser les faits et le consensus scientifique sur la situation et faire connaître toutes les incertitudes concernant la chasse au phoque.

Nous ne savons pas tout, et cela doit être communiqué clairement au public.

Nous devons reconnaître l'aspect émotif de la question. Certains sont très attachés aux phoques. Honnêtement, ils sont mignons et ont l'air gentils, n'est-ce pas? C'est particulièrement

have to take that into account when we combat this kind of misinformation.

I think the solution is more straightforward. It will require some effort from DFO, especially by bringing in scientists who can debunk the misinformation and clearly communicate this on different platforms. I looked at the website of DFO, and I did not see a lot of engagement with the public when it comes to this issue. We don't have, for example, someone young on TikTok from DFO who would be able to use very simple language to talk about this issue.

Unfortunately, that kind of engagement is lacking; however, I don't think it will require millions of dollars. Thank you.

The Deputy Chair: Thank you very much.

Senator McPhedran: I want to thank every one of our witnesses today. I have found each of your presentations to be very helpful, and to have brought perspectives that I don't think we have really had up until now. It's also forward-looking. It's looking at how we get out of what appears to be an entrenched and frozen situation, particularly for the Indigenous peoples who are affected.

My question is geared to, if you will, the other side. Can you help us understand better, given your expertise regarding online presence and the kinds of resources that are required for a campaign of this nature? I'm struck by something that happened in 2006: Paul McCartney on the ice with baby seal pups. We're sitting here in 2023, and the ripple effect of that is still huge.

I'm hoping you can help us understand the drivers of this messaging over all of these years, right up until today. I have something else to say about the likelihood of DFO taking on this kind of campaign, but my question is more geared toward those who are still driving the campaign.

Mr. Kolga: I'll quickly start. I just want to follow up on something Dr. Al-Rawi said about posting facts. I think this is a great idea. We need to get those facts out there on the DFO website. But then they need to be popularized. That's the problem. Just being on a government ministry website is not going to help, because that's not where Canadians go. They are not going to that website on a regular basis. So, we need to figure out a way to popularize the facts and that data.

Now, as to the question, senator, about who might be behind these campaigns: I'm not an expert on the seal hunt or environmental disinformation, but it appears there are some very

vrai pour les bébés phoques. Il convient de tenir compte de cela lorsque nous luttons contre ce genre de désinformation.

Je pense que la solution est plus simple. Cela exigera des efforts du MPO, notamment en faisant appel à des scientifiques capables de démystifier les renseignements erronés et de transmettre clairement ce message sur diverses plateformes. J'ai consulté le site Web du MPO. Je n'y ai pas vu beaucoup d'interaction avec le public sur cette question. Par exemple, il n'y a pas sur TikTok un jeune employé du MPO capable d'aborder le sujet en langage très simple.

Malheureusement, ce type d'engagement fait défaut. Toutefois, je ne pense pas que cela coûterait des millions de dollars. Merci.

La vice-présidente : Merci beaucoup.

La sénatrice McPhedran : Je tiens à remercier chacun de nos témoins d'aujourd'hui. J'ai trouvé que vos exposés ont été fort utiles et apportaient des points de vue que nous n'avions pas vraiment entendus jusqu'à maintenant, à mon avis, et qui étaient axés sur l'avenir. Le but est de trouver des façons de sortir d'une situation en apparence enracinée et figée, en particulier pour les peuples autochtones qui sont touchés.

Ma question porte, pour ainsi dire, sur l'envers de la médaille. Je me demande si vous pouvez nous aider à mieux comprendre, étant donné votre expertise de la présence en ligne et des ressources nécessaires pour une campagne de cette nature. Je suis frappée par un événement qui s'est produit en 2006 : Paul McCartney sur la banquise avec des blanchons. Nous sommes maintenant en 2023, et cet événement a toujours un effet en cascade considérable.

J'espère que vous pourrez nous aider à comprendre les facteurs qui ont contribué à la persistance de ce message pendant toutes ces années, jusqu'à aujourd'hui. J'ai un autre commentaire au sujet de la probabilité que le MPO entreprenne ce genre de campagne, mais ma question porte davantage sur ceux qui perpétuent cette campagne.

M. Kolga : Je vais donner une première réponse rapide. Je veux revenir sur un élément qu'a dit M. Al-Rawi sur la publication de faits. Je trouve que c'est une excellente idée. Il faut publier ces faits sur le site Web du ministère des Pêches et des Océans, ou MPO. Mais encore faut-il qu'ils soient popularisés, et c'est là que le bât blesse. Des publications sur le site Web d'un ministère ne suffiront pas, parce que ce n'est pas le genre de sites que consultent les Canadiens. Ils ne consultent pas le site du ministère sur une base régulière. Il faut donc trouver un moyen de populariser les faits et les données.

Pour répondre à votre question, madame la sénatrice, qui est de savoir qui dirige ces campagnes, je dirai que je ne suis pas expert de la chasse aux phoques ou de la désinformation

well-funded organizations that are tasked with advocating for these sorts of issues.

The seal hunt appears to be one that could drive fundraising, for example. Fuzzy little seals make great pictures. I mentioned that documentary where you have horrific images of white seals covered in blood. That drives emotion. It stokes anger. When you see these images online — and they are posted on Facebook ads, as my colleagues have mentioned — that drives clicks. That drives people to donate maybe \$10, or \$15, or \$20.

As with any large issue, I believe an industry has grown out of this; that industry requires these images to keep going and to keep paying the salaries of people within these organizations. I suspect that part of the problem lies in the fact that this industry that has been created is driven by images of the seal hunt, unfortunately.

The Deputy Chair: Thank you very much.

Senator McPhedran: Could the other witnesses respond to my question? Thank you so much. It was to all our witnesses. It's the question about the drivers of the campaign and, from your expertise, what you would share with us about the resources and perhaps the connections among the drivers.

Mr. Al-Rawi: Thank you, senator. I think the example you gave is excellent because Paul McCartney, as my colleague Ms. Hodson mentioned, is one of those celebrities. There is the element of credibility. People trust these celebrities. They believe in what they say.

I think we can also make use of that by bringing in other credible, trustworthy people. We have many in Canada and elsewhere who could comment on this issue. We will only ask them to just present the facts. We will not ask them to say anything wrong — only the facts, so that people will be better informed about them.

People are more attuned to credibility in any area, especially if the persons involved are already famous. When it comes, for example, to the TV industry, we have a lot of personalities who could help us with this issue. Thank you.

Ms. Hodson: I am very excited by what my two colleagues have said today, senator, because I think they are both right. Celebrity has driven this forward.

Regarding the cute images, think of what you probably share on the internet. I know I share images of cute animals — cats and puppies, right? Seals are cute. Seeing those pictures is very

environnementale. Il semblerait toutefois que des organisations très bien financées ont le mandat de faire connaître ces enjeux.

La chasse aux phoques semble être un enjeu qui peut stimuler la collecte de fonds, par exemple. Les petits phoques tout duveteux sont très photogéniques. J'ai mentionné un documentaire projetant d'horribles images de phoques blancs recouverts de sang. Ces images provoquent des émotions et alimentent la colère. Ces images en ligne — elles se retrouvent dans des publicités sur Facebook — s'attirent des clics. Elles incitent les utilisateurs à donner 10, 15 ou 20 \$.

Comme c'est le cas avec tout autre grand enjeu, je crois qu'une industrie est née de ce débat. Cette nouvelle industrie peut survivre si les images continuent à circuler et à payer les employés de ces organisations. Je soupçonne qu'une partie du problème est attribuable au fait que l'industrie ainsi créée survit malheureusement grâce aux images de la chasse aux phoques.

La vice-présidente : Merci beaucoup.

La sénatrice McPhedran : Les autres témoins pourraient-ils répondre à ma question? Merci beaucoup. Elle s'adressait à tous les témoins. Je demandais quels facteurs propulsent la campagne et, en vous fiant à votre expertise, ce que vous pouvez nous dire sur les ressources et les liens entre les facteurs.

M. Al-Rawi : Merci, madame la sénatrice. L'exemple de Paul McCartney que vous avez donné est excellent parce que, comme ma collègue Mme Hodson l'a mentionné, il est une célébrité. Il inspire une certaine crédibilité. Les gens font confiance aux célébrités. Ils croient ce qu'elles ont à dire.

Je crois que nous pouvons miser sur cet aspect en faisant appel à d'autres personnes crédibles et dignes de confiance. Il s'en trouve de nombreuses au Canada et ailleurs qui pourraient commenter la question. Nous leur demanderons seulement de présenter les faits. Nous ne leur demanderons pas de dire quoi que ce soit d'erroné — ils s'en tiendront aux faits, afin que la population les connaisse mieux.

Dans n'importe quel domaine, les gens sont plus à l'écoute de ce qui est crédible, surtout si les personnes impliquées sont déjà célèbres. Par exemple, de nombreuses personnalités de l'industrie de la télévision pourraient nous prêter main-forte. Merci.

Mme Hodson : Madame la sénatrice, je suis vraiment ravie d'entendre les propos de mes deux collègues aujourd'hui, car ils ont tous deux raison. Les célébrités ont fait avancer cette campagne.

Pour revenir aux images mignonnes, pensez à ce que vous diffusez probablement sur Internet. Pour ma part, je diffuse des images d'adorables animaux, comme des chats et des chiots. Les

distressing. Strong emotion is a huge driver of these issues online and can even occur after many years.

We need other messages that inspire that strong emotion in a different direction. For example, let's see the Inuit baby who is going to grow up strong because they are eating seal in their family. Let's see them with their families. Let's see how the families hunt together and how that sustains a community. Let's tell those stories, of communities that would be lost without this. Let's tell the stories of ethical hunting. Of course, you're not going to reach the Paul McCartney-style vegans, but they are on the extreme side. We can't worry about the extremes. We want to reach those people in the middle who will see that smiling baby and go, "You know what? Maybe we need a bit of this kind of hunting to sustain that baby."

I would find a way to tell a compelling narrative with an adequate amount of emotion to counteract the negative emotion that people are getting from these other often — as my colleague mentioned — well-funded campaigns.

The Deputy Chair: Thank you very much.

Senator Kutcher: Thanks to all of our guests. Could I summarize some of your commentary and then ask each of you one simple question? Hopefully, you'll say yes.

I have learned in the Senate that this is not a court of law. We can't actually cross-examine witnesses, but we can say all sorts of things to witnesses. Sometimes, I wish that we could cross-examine some of our witnesses for the disinformation that they bring us.

We have learned much about disinformation. My own field is the health field. I have worked with some of you. Thank you very much for that work. COVID has shown us that we have to be in here for the long term and it's heavy lifting. It's not something that will go away quickly.

To summarize what I have heard, there are malignant state and non-state actors involved in this; there are ideologically driven non-state actors involved in this. Furthermore, this issue has been around for a long time and has become entrenched in the hearts and minds of the public nationally and internationally.

The first address to this is to recognize that what we are dealing with is actually disinformation — Marcus, you made that comment — and refer to it as such. Then we need to develop and apply effective strategies — and there are multiple strategies. We have heard about many today, but there are others.

phoques sont mignons. Le visionnement de ces images peut nous troubler. Les émotions intenses fomentent grandement ces débats en ligne et peuvent encore être ressenties des années plus tard.

Nous devons concevoir d'autres messages qui provoquent de fortes émotions dans l'autre sens. Par exemple, montrons des images du bébé inuit qui deviendra fort parce que sa famille se nourrit de phoques. Montrons des images de lui avec sa famille. Diffusons des images de familles chassant ensemble et montrons que cette chasse subvient aux besoins d'une communauté. Racontons ces récits de communautés qui périraient sans cette chasse. Décrivons la chasse éthique. Bien entendu, vous ne convaincrez pas les végétaliens du clan de Paul McCartney, car ils se situent à une extrémité du spectre. Nous ne pouvons pas nous en faire avec les extrêmes. Nous voulons émouvoir les personnes au centre du spectre qui se diront, en voyant un bébé tout sourire : « Vous savez quoi? Cette chasse est peut-être nécessaire pour nourrir ce bébé. »

Je trouverais un moyen de présenter un récit percutant provoquant une dose adéquate d'émotions pour faire contrepois aux émotions négatives que suscitent souvent — comme mon collègue l'a dit — les campagnes bien financées.

La vice-présidente : Merci beaucoup.

Le sénateur Kutcher : Je remercie tous nos invités. Puis-je résumer une partie de vos commentaires, puis poser une question à chacun d'entre vous? J'espère que vous accepterez.

J'ai appris que le Sénat n'est pas un tribunal. Nous ne pouvons contre-interroger les témoins, mais nous pouvons leur dire toutes sortes de choses. Parfois, j'aimerais bien que nous puissions contre-interroger certains témoins sur la désinformation qu'ils étalent devant nous.

Nous en avons beaucoup appris sur la désinformation. J'ai moi-même travaillé dans le milieu de la santé. J'ai travaillé avec certains d'entre vous. Je vous remercie énormément de votre travail. La pandémie de COVID nous a appris que nous devons continuer à répondre présents encore longtemps et que la tâche n'est pas mince. La désinformation ne s'évanouit pas rapidement.

Pour résumer ce que j'ai entendu, des acteurs étatiques et non étatiques malveillants participent à ces efforts; des acteurs non étatiques voulant promouvoir une idéologie ont un rôle à jouer. De plus, ce phénomène existe depuis longtemps et est maintenant enraciné dans les cœurs et les esprits des populations au pays et à l'étranger.

La première étape consiste à reconnaître que le problème en est en fait un de désinformation — M. Kolga, c'était un de vos commentaires — et qu'il faut appeler un chat un chat. Puis, il nous faut élaborer et appliquer des stratégies efficaces, et il en existe de multiples. Certaines ont été mentionnées aujourd'hui, mais il y en a d'autres.

The government alone cannot lead this. It has to be done with partnerships. Clearly, Indigenous peoples have to be partners. We have to find partners in other nations, other countries, particularly northern Arctic countries and in Europe. We have the Arctic Circle group — clearly a group we have to work with. There is also the fishers' livelihood that Senator Ataullahjan talked about.

Would you support this committee making a recommendation in our report that the Government of Canada, in collaboration with key stakeholders, must develop a comprehensive, explicit and effective anti-disinformation strategy addressing the seal industry?

Mr. Kolga: Yes, I would absolutely support that. I would go beyond just the sealing industry and cover all other Indigenous issues. It's not just the seal hunt that is being targeted. Again, from my limited research on this, there are other aspects of Inuit culture that are also being targeted by misinformation and disinformation. We should realize that this isn't just external actors. There are actors inside our country engaging in this.

Ultimately, from a domestic perspective, this is polarizing. It has the potential to further polarize our own society. Again, these images that have been broadcast have the potential to incite hate toward this community.

Yes, we definitely need to take a strategic and formal approach to addressing this. I would absolutely support your proposal.

Mr. Al-Rawi: Thank you, senator. I agree with my colleague Mr. Kolga and with the suggestion that Canada needs a clear strategy to combat disinformation about the seal hunting and seal harvest issue.

I want to highlight one important thing, please, senator: Not all the campaigns that I have seen on social media and elsewhere could be framed or discussed as having bad intentions or intentionally spreading false information. A lot of it could be misinformation, which is unintentional. A lot of people might be misled; they don't know the full facts. It requires a lot of work to know and dig into this issue, including for myself. I was almost totally ignorant about this issue before I was invited to this committee. I needed to do some research.

That's what we are encouraging the government and other partners to do — namely, to ask people to read to expose them to this kind of information. I cannot put a number on it or quantify

Le gouvernement ne peut diriger cet effort seul. Il doit établir des partenariats. Il est évident que les peuples autochtones doivent figurer parmi ces partenaires. Nous devons trouver des partenaires dans d'autres nations, dans d'autres pays, surtout dans des pays nordiques de l'Arctique et en Europe. Le groupe du cercle arctique est sans contredit un groupe avec lequel nous devons collaborer. N'oublions pas non plus le gagne-pain des pêcheurs qu'a mentionné la sénatrice Ataullahjan.

Approuveriez-vous que ce comité recommande dans son rapport que le gouvernement du Canada, en collaboration avec des intervenants clés, élabore une stratégie exhaustive, explicite et efficace pour lutter contre la désinformation ciblant l'industrie du phoque?

M. Kolga : Oui, j'appuierais tout à fait cette initiative. Je ne m'arrêtera pas à l'industrie du phoque et j'inclurais tous les autres enjeux autochtones. La chasse aux phoques n'est pas la seule à être ciblée. Je le répète : selon ma recherche limitée à ce sujet, d'autres éléments de la culture inuite sont aussi la proie de la mésinformation et de la désinformation. Nous devrions bien comprendre qu'il n'y a pas que des acteurs à l'étranger qui sont derrière ces campagnes; il y en a aussi au pays.

En fin de compte, au niveau national, la question divise la population. Elle pourrait diviser davantage notre propre société. Comme on le disait, les images qui sont diffusées pourraient inciter à la haine envers cette communauté.

Effectivement, il nous faut vraiment adopter une approche stratégique et formelle pour affronter ce mouvement. J'appuie entièrement votre proposition.

M. Al-Rawi : Merci, monsieur le sénateur. J'appuie les propos de mon collègue, M. Kolga, et la suggestion que le Canada doit se doter d'une stratégie claire pour lutter contre la désinformation entourant la chasse aux phoques et la récolte des phoques.

J'aimerais relever un élément important, monsieur le sénateur : ce ne sont pas toutes les campagnes que j'ai vues dans les médias sociaux ou ailleurs qu'on pourrait qualifier de campagnes menées avec de mauvaises intentions ou avec la volonté intentionnelle de diffuser de fausses informations. Elles peuvent contenir beaucoup de mésinformation, qui n'est pas intentionnelle. Il se pourrait que de nombreuses personnes soient induites en erreur, car elles ne connaissent pas tous les faits. Il faut consacrer beaucoup de temps à la recherche d'informations sur ce sujet afin d'être bien informé; c'est vrai pour moi aussi. Je baignais dans une ignorance presque totale sur ce sujet avant d'être invité à ce comité. Il a fallu que je fasse des recherches.

Voilà ce que nous encourageons le gouvernement et d'autres partenaires à faire, c'est-à-dire demander au public de faire des lectures pour s'exposer à ce genre d'informations. Je ne peux

it, but I can say that not all of it has bad intentions or is ideologically driven. Thank you.

Senator Kutcher: I am going to respond to that. I completely agree with you. That's why I'm suggesting a comprehensive strategy, not just one that's simply on what is ideologically driven.

The Deputy Chair: Ms. Hodson, would you like a chance to respond to Senator Kutcher's question?

Ms. Hodson: Thank you, yes. Senator Kutcher, I wholeheartedly agree with both my colleagues. Yes, the polarizing disinformation we are seeing in relation to Indigenous peoples spans beyond the seal hunt. Wrapping it all up might actually be an easier sell for the federal government.

Building on Dr. Al-Rawi's recommendation, it might be hard to ask people to do their own research. Doing their own research might lead them down rabbit holes. I know that's not what my colleague meant, but to elaborate so that there is no confusion, the more information we can provide to those key influencers and community leaders as part of this campaign, the easier it will be to counter those people who are spreading this information non-deliberately.

The Deputy Chair: Thank you so much.

Senator Cordy: Thank you so much to the three of you. This is fascinating information that you have provided to us, the way that you have clearly differentiated between disinformation and misinformation. Unfortunately, when disinformation is allowed to hang around, we get more and more misinformation. It almost gets muddled in the mix of what people are doing. If people really believe it, it is very hard to change their minds.

Our committee has heard from people within Indigenous communities. We've heard how they've lost their livelihoods, and they are in very remote areas. So what do you do?

We travelled to Newfoundland and spoke to the sealers who have been affected tremendously, and also — following through from that — to the related industries. We also spoke to the fishers in Newfoundland, and because of the overpopulation of the seals, the fishing industry is also being affected dramatically. We travelled to Newfoundland, but we've heard that from others as well.

Several of you have spoken about the emotional aspect of it. Certainly, because of the misinformation and disinformation that's out there, it becomes very emotional. Once it becomes

quantifier les proportions, mais je peux dire que ce ne sont pas toutes les interventions qui sont motivées par de mauvaises intentions ou des croyances idéologiques. Merci.

Le sénateur Kutcher : Je vais réagir à ce commentaire. Je suis tout à fait d'accord avec vous. C'est la raison pour laquelle je propose une stratégie exhaustive qui ne s'attaquerait pas seulement à ce qui est motivé par des idéologies.

La vice-présidente : Madame Hodson, aimeriez-vous répondre à la question du sénateur Kutcher?

Mme Hodson : Oui, merci. Monsieur le sénateur Kutcher, je suis totalement d'accord avec mes deux collègues. Effectivement, la désinformation au sujet des peuples autochtones qui scinde le débat social va au-delà de la chasse aux phoques. Le gouvernement fédéral serait probablement plus facile à convaincre si les différents enjeux étaient regroupés.

Pour revenir à la recommandation de M. Al-Rawi, il pourrait s'avérer difficile de demander aux citoyens de faire leurs propres recherches. Elles pourraient les entraîner dans un puits sans fond. Je sais que ce n'est pas ce que proposait mon collègue, mais je préciserais — pour éviter la confusion — que plus nous fournirons de l'information aux influenceurs clés et aux leaders communautaires grâce à cette campagne, plus il sera facile de faire contrepoids aux personnes qui diffusent de la fausse information sans le vouloir.

La vice-présidente : Merci beaucoup.

La sénatrice Cordy : Merci énormément à chacun d'entre vous. Vous nous fournissez des renseignements fascinants qui nous permettent de bien distinguer la désinformation de la mésinformation. Malheureusement, lorsque la désinformation n'est pas dissipée, la mésinformation pullule de plus en plus. Elle s'immisce pratiquement dans les faits et gestes des gens. S'ils croient vraiment ce qu'ils entendent, il est vraiment difficile de les faire changer d'avis.

Notre comité a entendu des témoins de communautés autochtones. Ils nous ont dit avoir perdu leur gagne-pain, et ils habitent des régions très éloignées. Que faire, dans ces circonstances?

Nous nous sommes rendus à Terre-Neuve pour parler à des chasseurs de phoques qui sont immensément touchés par le problème, et — à la suite de ces discussions — aux intervenants d'industries connexes. Nous avons aussi parlé aux pêcheurs de la province; la surpopulation de phoques nuit gravement à l'industrie de la pêche. Nous sommes allés à Terre-Neuve, mais des intervenants d'autres endroits nous en ont dit autant.

Certains d'entre vous ont mentionné le facteur émotionnel. Il va de soi que, étant donné la mésinformation et la désinformation qui circulent, le débat devient très émotionnel. Lorsque les

emotional, it becomes that much more challenging to change people's minds.

We spoke about the need for quick responses. The government is not particularly noted for quick responses on anything, so I'm wondering how we will do that. Do we have something set up within DFO? Is DFO where this should be? We're talking about sealing and the effect on the fishing industry, but should it be another department dealing with this? How do we ensure that it is done with a quick turnaround time, and who should be doing this within the government? Paul McCartney is not going to work for the 14-year-olds or 16-year-olds anymore; sorry. We all know who he was, but who are the influencers for the younger generation? Because teenagers are very much caught up in the misinformation surrounding the seal industry.

Mr. Kolga: There is not one single ministry or agency within the government that can fix this and there is no silver bullet. The genie is out of the bottle. What we need to do is to look at a long-term approach to solving the issue.

There are several ministries that are looking at and monitoring disinformation or putting funds toward combatting it, including Canadian Heritage, Global Affairs Canada and Public Safety Canada. These are all ministries that have people working on this issue. I suggest that DFO needs to talk to those ministries about a whole-of-government approach and, as clichéd as it is to say it these days, a whole-of-society approach to this that brings in Indigenous communities, media, these digital platforms and, of course, my colleagues: the researchers and academics who are looking into this problem. Bring them all to one table to talk about this and figure out that strategy, and then figure out who will be responsible for tackling it.

Unfortunately, as I said, there is no silver bullet to quickly fix this problem.

Mr. Al-Rawi: Senator, I can identify three main parties that could be very helpful in this initiative. I agree with my colleague Mr. Kolga on what he mentioned. The three parties I could see would be DFO, Indigenous communities and the news media. If they work together closely, they can actually be very effective in communicating the main facts to the Canadian public and abroad.

I will highlight that fact because it's very important. Senator Cordy, you mentioned the impact of misinformation on the fishing industry as well as on the sealers. As we say, show me the money — show me the facts. Can scientists from DFO, for example, present it in a chart with numbers, showing the impact on fishing? These charts could then be communicated to the news media and publicized on different platforms. Unfortunately, we don't have that. I really tried to find the

émotions se mettent de la partie, il devient encore plus difficile de changer l'avis des gens.

Nous avons discuté de la nécessité de réagir rapidement. Le gouvernement n'est pas particulièrement reconnu pour ses interventions rapides, tous domaines confondus. Je me demande donc comment nous nous y prendrons. Le MPO a-t-il un mécanisme en place? Le ministère en fait-il suffisamment pour régler le problème? Il est question de la chasse aux phoques et des répercussions sur l'industrie de la pêche, mais est-ce qu'un autre ministère devrait s'attaquer au problème? Comment veiller à ce que les interventions soient rapides, et qui devrait se charger de la solution au sein du gouvernement? Je suis désolée, mais Paul McCartney ne parviendra plus à influencer les adolescents de 14 et 16 ans. Nous savons tous qui il est, mais il faut se demander qui sont les influenceurs de la jeune génération. Je fais ce commentaire parce que les adolescents sont très enlisés dans la désinformation entourant la chasse aux phoques.

M. Kolga : Aucun ministère ou agence du gouvernement ne peut régler ce problème seul, et il n'existe pas de panacée. Le mal est fait. Il nous faut maintenant réfléchir à une approche à long terme pour régler la situation.

Plusieurs ministères étudient et surveillent la désinformation ou consacrent des fonds pour lutter contre le phénomène, comme Patrimoine canadien, Affaires mondiales Canada et Sécurité publique Canada. Dans ces ministères, des équipes se penchent sur la question. Le MPO doit s'adresser à ces ministères pour élaborer une approche pangouvernementale et — au risque d'employer ce qui est perçu comme un cliché de nos jours — une approche pansociétale regroupant les communautés autochtones, les médias, les plateformes numériques et, bien entendu, mes collègues — les chercheurs et les experts universitaires qui étudient ce problème. Rassemblez tout ce beau monde pour discuter et pour trouver une stratégie, puis déterminez qui mènera le bal.

Malheureusement, comme je le disais, aucun remède miracle ne peut régler le problème rapidement.

M. Al-Rawi : Madame la sénatrice, je peux nommer trois groupes principaux qui pourraient être grandement utiles dans cette initiative. Je souscris aux propos de M. Kolga. Les trois groupes auxquels je pense sont le MPO, les communautés autochtones et les médias d'information. S'ils travaillent en étroite collaboration, ils pourront communiquer efficacement les grands faits aux populations au Canada et à l'étranger.

Je vais souligner ce fait parce qu'il est crucial. Sénatrice Cordy, vous avez mentionné l'incidence de la désinformation sur l'industrie de la pêche et de la chasse aux phoques. Comme le veut l'expression, montrez-moi l'argent — montrez-moi les faits. Les scientifiques du MPO pourraient-ils, par exemple, présenter les statistiques dans des tableaux afin d'illustrer l'incidence sur la pêche? Ces tableaux pourraient ensuite être transmis aux médias d'information et diffusés sur différentes

necessary information in order to be fully convinced on this issue, but it is not there.

I know there is scientific consensus about these issues, but we are not actually communicating them well or effectively. That will not require a lot of money. It is just a few thousand dollars, I think. That's how I see it. Thank you very much.

Senator Cordy: Thank you.

Senator Duncan: Thank you very much again for your presentation this morning. I would like to challenge a little bit, if I might, the use of a word, which is that this anti-seal campaign is “entrenched” in the minds of the Canadian public. The reason I say that is that I had the tremendous opportunity to join this committee just as we were participating in the study in Newfoundland. I learned a tremendous amount. I went home to the Yukon and spoke with a Grade 12 class and asked them what they knew about it. They knew nothing. I have to tell you that every community in the Yukon is connected by internet. They are very, very well-connected.

I think there is an opportunity for our young people, throughout the country, to know more about this. I'm wondering if there is any data out there that could prove that. Education is a provincial responsibility, but do we know if anybody is talking about this in the high schools across the country, at that level, with the 15-year-olds and 16-year-olds? We've seen tremendous advocacy on climate change by young people. What do they know about this issue? Do we know?

Mr. Kolga: I don't know. I haven't seen any evidence that there are high school students rallying around the seal hunt. I don't know, and I haven't seen any polling data. Maybe this is one place where we should start that long-term research: finding out what Canadians think about the seal hunt. It is a great point that you make. Is anyone paying attention? Were we paying attention when Paul McCartney landed on that ice floe, and have we paid attention to it since then? I don't know. I can't answer that question. Maybe some polling to get that data would be a good first step to understanding exactly, if it is entrenched, what Canadians think about the seal hunt.

Ms. Hodson: Senator Duncan, I think that's a really important point about education. In history and social studies classes, we're educating about the role of Canada and our relationship to Indigenous peoples, and I think introducing some of this evidence-based information about the seal hunt into that curriculum could really turn things around for the next generation.

plateformes. Malheureusement, ces données sont inaccessibles. J'ai vraiment essayé, en vain, de trouver les renseignements nécessaires pour me faire une opinion tranchée sur la question.

Je sais qu'il y a un consensus scientifique sur ces enjeux, mais il n'est pas communiqué adéquatement ou efficacement. Il ne faudrait pas une grande somme d'argent; je crois que quelques milliers de dollars suffiraient pour atteindre l'objectif. C'est ma vision de la solution. Merci beaucoup.

La sénatrice Cordy : Merci.

La sénatrice Duncan : Je vous remercie encore une fois énormément pour votre exposé de ce matin. J'aimerais remettre en question, si vous me le permettez, l'emploi d'un mot, quand on dit que la campagne contre la chasse aux phoques est « enracinée » dans les esprits des Canadiens. Je fais cette remarque parce que j'ai eu la chance inouïe de me joindre à ce comité pendant l'étude à Terre-Neuve. J'ai tant appris pendant cette étude. Je suis rentrée au Yukon, où j'ai discuté avec un groupe d'élèves de 12e année à qui j'ai demandé ce qu'ils savaient de cet enjeu. Ils n'en savaient rien. Je précise que toutes les communautés du Yukon sont connectées grâce à Internet. Elles sont extrêmement bien connectées.

Je crois que nous avons l'occasion de renseigner davantage nos jeunes, partout au pays, sur cette situation. Je me demande si des données existent pour confirmer mon hypothèse. L'éducation relève des provinces, mais savons-nous si des groupes s'adressent aux jeunes de cet âge — les adolescents de 15 et 16 ans — dans les écoles secondaires du pays? Les jeunes se font entendre haut et fort au sujet des changements climatiques. Que savent-ils de la chasse aux phoques? Le savons-nous?

M. Kolga : Je ne le sais pas. Je n'ai pas vu de preuves qui montrent que les étudiants du secondaire sont très préoccupés par la chasse au phoque. Je ne le sais pas, et je n'ai pas vu de données de sondage. C'est peut-être là que nous devrions commencer la recherche à long terme : il faudrait voir ce que les Canadiens pensent de la chasse au phoque. Vous soulevez un excellent point. Est-ce que quiconque porte attention à cet enjeu? Les gens étaient-ils attentifs quand Paul McCartney s'est rendu sur une banquise, et portent-ils attention à cette question depuis? Je ne le sais pas; je ne peux pas répondre à cette question. Il serait peut-être pertinent d'obtenir des données de sondage en premier lieu pour savoir exactement ce que les Canadiens pensent de la chasse au phoque et si leur opinion est bien ancrée.

Mme Hodson : Sénatrice Duncan, je pense que c'est un argument très important en faveur de l'éducation. Dans les classes d'histoire et d'études sociales, on éduque les élèves sur le rôle du Canada et sur notre relation avec les Autochtones. Je pense que la dissémination d'informations fondées sur la science dans ces programmes pourrait vraiment changer les perceptions de la prochaine génération sur la chasse au phoque.

It is part of that long-term strategy, but I also agree with my other colleague that, yes, it is important to take the pulse of Canadians. Who is supporting the misinformation right now? Who may be spreading it? What are the views? I think there is a lot that Canadians don't know about this issue. Regardless of whether it is entrenched — and I take your point there — it is important to find ways to educate the Canadian public. That said, maybe it is not as big a threat as it appears to be on the surface, so doing that early research would be very key.

Senator Duncan: The Canadian government has, through public safety, launched various campaigns teaching Canadians about disinformation. Maybe this is an opportunity to say that.

In terms of who is responsible, when you talk about government departments, might I suggest that it's first and foremost a government-to-government-to-government approach, including Canada, the provinces and Indigenous governments with this issue? If you look around the room at the Assembly of First Nations, there are a tremendous number of young people who are bright and keen to deal with issues. Let's harness that enthusiasm and work with them.

The Deputy Chair: Would anyone like to comment on Senator Duncan's last question?

Senator Duncan: That was the wrong choice of words, but we need to work with that energy. Canadians have learned a tremendous amount of hard truths in the last number of years. I think we should continue to work with the Indigenous people. Thank you.

The Deputy Chair: Senator Aucoin has been motivated to ask a question. Would you share your question with the witnesses, please?

[Translation]

Senator Aucoin: This is not necessarily a question, perhaps just some information. I would like to know what you, Mr. Kolga, and others think of that? In order to succeed, doesn't the campaign have to become global or mainstream? If not, if it is just Indigenous communities, fishers and hunters turning to the media and campaigning, that will not necessarily resonate with Canadians in general.

I appreciate your comment about why we don't eat seal meat. The Minister of Fisheries is from the Îles-de-la-Madeleine where the best restaurants serve seal meat. Sealskins are used to make boots. All kinds of things are produced from seal meat and fur. When my wife went to the Magdalen Islands, she had a pizza with seal meat on it.

Cela fait partie de la stratégie à long terme, mais je suis aussi d'accord avec mon autre collègue : oui, il importe de prendre le pouls des Canadiens. Qui soutient la désinformation à l'heure actuelle? Qui la répand? Quels points de vue sont présentés? Je pense que les Canadiens ignorent bien des choses sur cet enjeu. Que les opinions soient bien ancrées ou non — je reprends votre point ici — il importe de trouver des façons de sensibiliser la population canadienne. Cela dit, la menace n'est peut-être pas si grande qu'elle semble l'être en surface non plus. C'est pourquoi il serait très utile de mener des recherches préliminaires.

La sénatrice Duncan : Le gouvernement du Canada a lancé diverses campagnes de sécurité publique qui renseignent les Canadiens sur la désinformation. Ce serait peut-être l'occasion d'en parler.

Ensuite, à qui incomberait la responsabilité de tout cela? Pour ce qui est des ministères, je dirais que c'est d'abord et avant tout une question de relations intergouvernementales, y compris au sein du Canada, avec les provinces et les gouvernements autochtones. Si l'on regarde les membres de l'Assemblée des Premières Nations, on constate que beaucoup sont des jeunes brillants et enthousiastes à l'idée de traiter de ces enjeux. Mettons cet enthousiasme à profit et travaillons avec eux.

La vice-présidente : Y a-t-il quelqu'un qui voudrait répondre à la dernière question de la sénatrice Duncan?

La sénatrice Duncan : C'était un mauvais choix de mots, mais nous devons utiliser cette énergie. Les Canadiens ont appris bien des dures vérités ces dernières années. Je pense que nous devons continuer de travailler avec les Autochtones. Je vous remercie.

La vice-présidente : Le sénateur Aucoin voulait poser une question. Pourriez-vous la poser aux témoins, je vous prie?

[Français]

Le sénateur Aucoin : Ce n'est pas nécessairement une question — c'est peut-être de l'information. Qu'en pensez-vous, entre autres, docteur Kolga? Pour réussir, cette campagne ne doit-elle pas devenir globale ou *mainstream*? Sinon, s'il y a juste les communautés autochtones, les pêcheurs ou les chasseurs qui vont vers les médias et qui font campagne, cela ne va pas nécessairement résonner dans la population canadienne en général.

J'ai bien aimé votre commentaire à savoir pourquoi on ne mange pas de phoque. La ministre des Pêches vient des Îles-de-la-Madeleine où, au menu des grands restaurants, il y a du phoque. On fait des bottes avec des peaux de phoque. On produit toutes sortes de choses avec l'ensemble de la viande ou de la fourrure du phoque. Mon épouse, qui est allée aux Îles-de-la-Madeleine, a mangé de la pizza au phoque.

Do you think that campaign or those efforts could be successful if Canada's general population were agreeable to the idea and supported it more?

[English]

Mr. Kolga: I have one quick comment about lamb being served on pizzas. This is an excellent example. One simple way that we could start advocating for the seal hunt and to normalize the consumption of seal is for the government to start working on it. We should be working with all the embassies that we have here, from Europe and from other countries that have banned seal, to make sure that Global Affairs Canada, when it is inviting these representatives from foreign states, has seal on the menu. It should be on the menu for state dinners there. In fact, our embassies around the world — for example, in Paris and Berlin — could consider bringing seal in for their dinners. This is a simple way to do that. It doesn't cost much money to do it, but it's one way of getting started in that process of normalizing and popularizing the consumption of seals.

The Deputy Chair: Do either of our other witnesses have a comment on that?

Mr. Al-Rawi: Thank you very much, senator. To add to what my colleague Mr. Kolga said, maybe we can add more packaged types of food containing seal products at Canadian airports. I see mostly salmon, which is great; I don't think that I have seen seal there at all. That could be another way to do it because millions of people travel every year. Thank you.

The Deputy Chair: Thank you very much. If I could impose on our witnesses, we are a little over time, but we have a senator or two who would like to ask a second question. If everyone is all right to carry on for a few minutes, Senator Petten indicated she would like to ask another question.

Senator Petten: Yes. I am thinking about prior witnesses we have heard. In particular, when we were in Newfoundland and Labrador, we listened to the sealers. They indicated that they have had all kinds of evidence of eating fish, cod and other species. What I'm hearing today, however, is that it is more anecdotal information. We've heard from some Indigenous groups, some of the people from the North and a couple of Inuit witnesses that it is a cultural thing. They feel that when they tried to talk about getting DFO to do the research, DFO wasn't receptive to listening to their experiences and how they've been impacted.

Pensez-vous que cette campagne ou ces démarches pourraient réussir si jamais la population générale du Canada admettait l'idée et y adhérerait davantage?

[Traduction]

M. Kolga : J'ai un bref commentaire à faire concernant l'agneau servi sur des pizzas. Il s'agit d'un excellent exemple. Une façon simple de défendre la chasse au phoque et de normaliser la consommation de phoque serait de commencer par le gouvernement. Nous devrions travailler avec toutes les ambassades présentes ici, en commençant par l'Europe et les autres pays qui ont banni le phoque. Il faudrait s'assurer que lorsqu'Affaires mondiales invite des représentants d'États étrangers, il y ait du phoque au menu. Il en va de même pour les dîners d'État. En fait, nos ambassades partout dans le monde — par exemple, à Paris et à Berlin — pourraient envisager de mettre le phoque au menu de leurs dîners. Ce serait une façon simple de procéder. Ce ne serait pas très coûteux, mais ce serait une manière d'entamer le processus de normalisation et de popularisation de la consommation de phoque.

La vice-présidente : Nos deux autres témoins ont-ils un commentaire à faire là-dessus?

M. Al-Rawi : Je vous remercie beaucoup, madame la sénatrice. Pour ajouter à ce que mon collègue, M. Kolga, a dit, nous pourrions peut-être proposer plus d'aliments emballés qui contiennent des produits du phoque dans les aéroports canadiens. Je vois qu'on y offre surtout du saumon, ce qui est excellent, mais je pense n'avoir jamais vu de produits du phoque dans les aéroports. Ce serait une autre façon de s'y prendre, car des millions de gens voyagent tous les ans. Je vous remercie.

La vice-présidente : Je vous remercie beaucoup. Si les témoins le permettent, nous avons un peu dépassé le temps, mais un ou deux sénateurs aimeraient poser une seconde question. Si tout le monde est d'accord pour continuer quelques minutes, la sénatrice Petten a indiqué qu'elle voulait poser une autre question.

La sénatrice Petten : Oui, en effet. Je repense à d'autres témoins que nous avons entendus. En particulier, lorsque nous nous sommes rendus à Terre-Neuve-et-Labrador, nous avons entendu des chasseurs de phoque, qui ont dit qu'ils ont toutes sortes de preuves de la consommation de poisson, de morue et d'autres espèces par les phoques. Toutefois, j'ai entendu aujourd'hui que ces informations relèvent plutôt de l'anecdote. Les groupes autochtones, les gens du Nord et quelques témoins inuits nous ont dit qu'il s'agit d'un enjeu culturel. Ils estiment que leurs tentatives de convaincre les gens de Pêches et Océans Canada de mener des recherches à ce sujet sont restées vaines, car ces derniers ne sont pas réceptifs à leurs expériences et aux effets de la situation sur eux.

I guess it is just one of these things, but how do we still try to get the research done to get the evidence, the factual basis, for a program to educate people on the effects? I think that's what it comes back to. That is, they have done data in a certain way for so many years and seals are not included in it. It's not part of that data. Part of it is getting the facts to be able to use them.

Mr. Kolga: That's a very good question. If we are looking to have DFO start researching this specific issue, it will take a push from the political level, I imagine. This is just speculation, but if I were working in DFO as a researcher thinking about this problem, it would seem like a steep, uphill battle to try to address this problem. I think it is a normal human reaction to try to avoid that. It will take a concerted effort in order to do that, but I think it can be overcome. Again, with political will, we can probably start that process.

Senator Ataullahjan: To get back to influencers and celebrity chefs, every time an influencer mentions a product, generally, that product sells out. I kind of know; I have daughters in their thirties. They often say, "This product was promoted by so-and-so and it sold out." Has anybody thought of gifting a seal coat to some influencers who will mention it, or sending some seal meat to celebrity chefs and challenging them to cook something using it? I think the industry has to learn to fight fire with fire in the way they work.

Mr. Kolga: I agree with you. Right now, in the current information environment about the seal hunt, I think it would be difficult to approach an influencer or a chef, who may not know anything about the seal hunt, to get them on board. You are absolutely right. Influencers are used to endorse products all the time. Look at how sports shoes sell. Michael Jordan endorses shoes; so do other sports celebrities. I'm not sure the way to go is to pay an influencer to support —

Senator Ataullahjan: Just a small gift.

Mr. Kolga: I think it takes education. That is, identifying those individuals who may be sympathetic to Indigenous issues and might have an understanding of what's going on in the Arctic. They can sympathize with what the Inuit people are having to endure with regard to these bans and the misinformation and disinformation surrounding the seal hunt.

Finding one of those chefs who can be convinced to take that leap to bring seal onto their menu, like Jamie Oliver or a Canadian equivalent, someone like that, would be key. It takes a lot of work to connect and educate before we can get there.

Je présume que ce genre de choses arrivent, mais comment pouvons-nous quand même faire en sorte d'entamer des recherches pour recueillir des données et des faits, afin de mettre en place un programme pour éduquer les gens sur cette réalité? Je pense que c'est ce qu'il faut. On collige des données d'une certaine manière depuis des années, sans y inclure les phoques. Ils ne font pas partie des données. Une partie de la solution consiste à mettre les faits en évidence pour pouvoir les utiliser.

M. Kolga : C'est une excellente question. Si nous voulons que Pêches et Océans Canada commence à effectuer des recherches sur cet enjeu, je présume que les politiciens devront insister en ce sens. Je ne sais pas, mais il me semble que si j'étais chercheur au MPO, la bataille me semblerait bien longue et ardue pour essayer de régler ce problème. Je pense que c'est une réaction humaine normale d'essayer d'éviter cela. Il faudra un effort concerté pour y arriver, mais je pense qu'on peut surmonter les difficultés. Je répète qu'avec un peu de volonté politique, nous pourrions sans doute nous y attaquer.

La sénatrice Ataullahjan : Pour revenir aux influenceurs et aux chefs célèbres, toutes les fois qu'ils mentionnent un produit, les stocks s'envolent littéralement. J'en sais quelque chose, car mes filles sont dans la trentaine. Elles me disent souvent que telle ou telle personne a fait la promotion de tel ou tel produit, et que tous les stocks se sont vendus. Quelqu'un a-t-il pensé donner un manteau en peau de phoque à des influenceurs qui pourraient le mentionner, ou envoyer de la viande de phoque à des chefs célèbres en leur demandant de la cuisiner? Je pense que l'industrie doit apprendre à combattre le feu par le feu dans son fonctionnement.

M. Kolga : Je suis d'accord avec vous. Dans le contexte informationnel actuel sur la chasse au phoque, je pense qu'il serait difficile de gagner l'appui d'un influenceur ou d'un chef qui ne sait peut-être rien là-dessus. Vous avez tout à fait raison. On sollicite tout le temps les influenceurs pour appuyer des produits. Regardez comment les espadrilles se vendent. Michael Jordan endosse des espadrilles, tout comme d'autres célébrités sportives. Je ne suis pas sûr que ce soit une bonne stratégie de payer un influenceur pour appuyer...

La sénatrice Ataullahjan : Je pense simplement à un petit cadeau.

M. Kolga : Je pense qu'il faut faire de l'éducation. Il faut cibler des gens qui seraient sympathiques aux causes autochtones et qui pourraient comprendre ce qui se passe dans l'Arctique. Ils pourraient sympathiser avec les Inuits, qui vivent toutes sortes de difficultés à cause des interdictions, de la désinformation et de la désinformation entourant la chasse au phoque.

Il serait essentiel de trouver un chef que l'on pourrait convaincre de faire le saut et d'ajouter le phoque à son menu, comme Jamie Oliver ou un équivalent canadien. Cela prendrait beaucoup de travail de communication et de sensibilisation avant d'y arriver.

Mr. Al-Rawi: I totally agree with my colleague Mr. Kolga on this. There needs to be some kind of cultural shift, because, in general, people are not used to eating seal meat. There has to be a gradual introduction of seal meat, but I would highlight the importance of focusing on the appeals. For example, to sell that product, you have to, maybe, highlight the health benefits of it. This, again, comes back to the issue of facts. Show us the facts. Show us why it is useful to have seal meat instead of lamb meat. If you can do that in a convincing way that is driven by academic or scientific consensus, I think it will be a successful effort.

Thank you.

Senator Ataullahjan: As someone who immigrated to this country, I didn't know much about the sealing industry until we started this study. I have a daughter who I keep mentioning, who is in Iqaluit, and she tells me about the way of life, and it is so impressive. Nothing is wasted. Everything is used. There is such a good story to be told about the sealing industry, and it makes me very sad that nobody is promoting it.

It is such an honourable way of living, and the difficulty that they have — it is not easy to go on a seal hunt. I think everyone is responsible. Why isn't the federal government promoting it more? I don't even know what to say about DFO anymore since we started this study.

I wish somebody would be sympathetic and promote this way of life.

Mr. Kolga: I would add that I think our national media probably has a responsibility to do more reporting from the Arctic on these communities. What is happening in those communities, that story is not being told to Canadians through our national media.

Of course, that's a funding question. Getting journalists to these locations is going to cost money, so it involves figuring out a way to get that funding and convincing media to cover those stories — and not just the seal hunt, but the entire story of how these communities live. There is a good news story there. That's going to be key to any strategy to combat the misinformation and disinformation.

Ms. Hodson: I agree with my colleague, and I also agree with Senator Duncan, again.

This could be done in a whole-of-government, government-to-government approach so that you have combined resources to send people, documentarians, et cetera, into the community to tell those stories. A compelling story will really help convey the evidence in a way that Canadians can relate to.

M. Al-Rawi : Je suis tout à fait d'accord avec mon confrère, M. Kolga. Il faut opérer un changement culturel, parce qu'en général, les gens ne sont pas habitués à manger de la viande de phoque. Il faut l'introduire progressivement, mais je mettrais l'accent sur les avantages. Par exemple, pour vendre ce produit, il faudrait peut-être mettre en évidence ses bienfaits pour la santé. On en revient à la question des faits. Il faut montrer quels sont les faits et pourquoi on devrait manger de la viande de phoque plutôt que de l'agneau. Si l'on pouvait le faire de manière convaincante, en se fondant sur des faits qui font consensus scientifique, je pense que nos efforts seraient couronnés de succès.

Je vous remercie.

La sénatrice Ataullahjan : En tant qu'immigrante au pays, je ne savais pas grand-chose de l'industrie du phoque jusqu'à ce que nous entamions cette étude. J'ai une fille que je n'ai de cesse de mentionner qui vit à Iqaluit. Elle me parle du mode de vie là-bas, et c'est vraiment impressionnant. Rien n'est gaspillé; tout est utilisé. Il y a tellement de bonnes choses à dire sur l'industrie du phoque; cela m'attriste que personne n'en fasse la promotion.

C'est tellement un mode de vie honorable, et pourtant, ces gens ont tant de difficultés — ce n'est pas évident de chasser le phoque. Je pense que tout le monde a sa part de responsabilité. Pourquoi le gouvernement fédéral n'en fait-il pas plus la promotion? Je ne sais même plus quoi dire sur Pêches et Océans Canada depuis que nous avons lancé cette étude.

J'aimerais que quelqu'un soit sympathique à la cause et fasse la promotion de ce mode de vie.

M. Kolga : J'ajouterais que selon moi, les médias nationaux auraient sans doute la responsabilité de faire plus de reportages sur les communautés arctiques. Il faut parler de ce qui se passe là-bas. Les médias nationaux n'en parlent pas aux Canadiens.

C'est bien sûr une question de financement. L'envoi de journalistes là-bas coûte cher. Il faut donc trouver une manière d'obtenir des fonds et de convaincre les médias de raconter ces histoires — et je ne parle pas seulement de la chasse au phoque, mais de tout le mode de vie de ces communautés. Cela ferait de bonnes nouvelles. Ce serait un aspect clé de toute stratégie visant à combattre la désinformation et la désinformation.

Mme Hodson : Je suis d'accord avec mon confrère et avec la sénatrice Duncan.

Il nous faudrait une stratégie pangouvernementale et intergouvernementale à ce sujet, afin de rassembler toutes les ressources possibles pour envoyer des gens, des documentaristes et diverses autres personnes dans ces communautés pour transmettre leurs histoires. Une histoire convaincante aidera beaucoup à transmettre les faits d'une manière qui parle aux Canadiens.

The Deputy Chair: Dr. Al-Rawi, any comment you would like to add?

Mr. Al-Rawi: I think my colleagues covered all the issues. Thank you very much.

The Deputy Chair: Thank you very much.

Seeing no other senators' questions, I wanted to make a comment as well following from Mr. Kolga's comments about Ryan Reynolds. I guess he is out as an influencer for us, sadly. We are looking at the Swifties, so maybe Taylor Swift; who knows? Certainly, that group and that age group seem to be target groups for us.

It has been an incredibly interesting session. I want to thank all our witnesses for coming and taking your valuable time, and extra time. This subject is so interesting and so informative that we went a little over, and I want to thank you for volunteering the rest of your time. It has been most helpful, and your advice and recommendations are truly going to be a key part of our study report.

Thank you very much to all of you and to our senators for hanging in and being so committed to this important topic.

(The committee adjourned.)

La vice-présidente : Monsieur Al-Rawi, avez-vous quelque chose à ajouter?

M. Al-Rawi : Je pense que mes collègues ont bien couvert les enjeux. Je vous remercie beaucoup.

La vice-présidente : Merci beaucoup.

Puisqu'il n'y a plus de questions des sénateurs, je voulais faire un commentaire à la suite des remarques de M. Kolga sur Ryan Reynolds. Je présume qu'il est malheureusement l'un de nos influenceurs. On peut penser aux Swifties, qui suivent Taylor Swift, qui sait? Ce groupe et ce groupe d'âge semblent clairement être des groupes cibles pour nous.

Cette séance a été fort intéressante. Je tiens à remercier tous les témoins d'être venus, de nous avoir consacré de leur temps précieux, et même du temps supplémentaire. Ce sujet est si intéressant et c'était si instructif que nous avons dépassé le temps imparti un peu. Je vous remercie de nous avoir accordé du temps de plus. C'était très utile, et vos conseils et recommandations occuperont une place centrale dans notre rapport d'étude.

Je vous remercie tous beaucoup. Merci aux sénateurs d'être restés et d'être si engagés envers ce sujet important.

(La séance est levée.)
